

**PENGARUH SARANA PRASARANA PARIWISATA TERHADAP
KEPUASAN WISATAWAN PADA OBJEK WISATA PERMANDIAN
AIR PANAS LEJJA DI KABUPATEN SOPPENG**

SKRIPSI



MARIANTI

1594040028

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR**

2019

**PENGARUH SARANA PRASARANA PARIWISATA TERHADAP
KEPUASAN WISATAWAN PADA OBJEK WISATA PERMANDIAN
AIR PANAS LEJJA DI KABUPATEN SOPPENG**

SKRIPSI

*Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Program Studi Pendidikan
Ekonomi Untuk Memenuhi persyaratan meraih gelar sarjana ekonomi*

MARIANTI

1594040028

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR**

2019

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing yang ditunjuk berdasarkan surat persetujuan Dekan fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar, Nomor: 7950/UN36.22/KM/2019 untuk membimbing saudara:

Nama : Marianti
NIM : 1594040028
Program Studi : Pendidikan ekonomi
Judul Skripsi : "Pengaruh Sarana Prasarana Pariwisata terhadap
Kepuasan Wisatawan pada Objek Wisata Permandian Air
Panas Lejja di Kabupaten Soppeng"

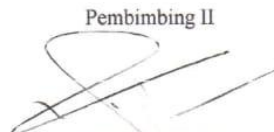
Menyatakan bahwa laporan hasil penelitian ini telah diperiksa dan siap untuk diajukan di depan Panitia Penguji Skripsi Strata (S1) Program Studi Pendidikan Ekonomi S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.

Makassar, 28 Juni 2019

Pembimbing I


Prof. Dr. H. Thamrin Tahir, M.Si

NIP : 19620111198702 1 001

Pembimbing II


Muhammad Dinar, S.E., M.S

NIP : 19591217198702 1 001

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh Mariantiu dengan Nomor Induk Mahasiswa 1594040028, berjudul “Pengaruh Sarana Prasarana Pariwisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Permandian Air Panas Lejja di Kabupaten Soppeng”, telah diterima oleh Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar, dengan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Nomor: 5163/UN36.7/KM/2019 tanggal 06 Agustus 2019, untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Pendidikan, pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar pada hari Selasa, 06 Agustus 2019.

Disahkan oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Makassar

Dr. H. Muhammad Azis, M.Si.
NIP. 19591231 198601 1 005

Panitia Ujian :

- | | | |
|------------------|-------------------------------------|---------|
| 1. Ketua | : Dr. H. Muhammad Azis, M.Si. | (.....) |
| 2. Wakil Ketua | : Sahade, S.Pd., M.Pd. | (.....) |
| 3. Sekretaris | : Dr. Mustari, S.E., M.Si. | (.....) |
| 4. Pembimbing I | : Prof. Dr. H. Thamrin Tahir, M.Si. | (.....) |
| 5. Pembimbing II | : Muhammad Dinar, S.E., M.S. | (.....) |
| 6. Penguji I | : Muhammad Hasan, S. Pd., M. Pd | (.....) |
| 7. Penguji II | : Muh. Ihsan Said, S.E., M.Si. | (.....) |

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Marianti
Nomor Stanbuk : 1594040028
Prodi : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Sarana Prasarana Pariwisata Terhadap
Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata
Permandian Air Panas Lejja di Kabupaten Soppeng.

Dengan pembimbing masing-masing :

1. **Prof. Dr. H. Thamrin Tahir, M.Si**

2. **Muhammad Dinar, S.E., M.S**

Benar adalah hasil karya sendiri, bebas dari hasil jiplakan/plagiat. Pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan apabila dikemudian hari ditemukan ketidakbenaran, maka saya bersedia dituntut sesuai hukum yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat sebagai tanggung jawab moral untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

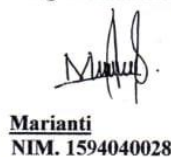
Makassar, 08 Agustus 2019

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Pendidikan Ekonomi FE UNM



Muhammad Dinar, S.E., M.S
NIP. 19591217 198702 1 002

Yang Membuat Pernyataan,



Marianti
NIM. 1594040028

Motto

Kegagalan hanya terjadi bila kita
menyerah.

(Lessing)

Tidak ada masalah yang tidak bisa diselesaikan
selama ada komitmen bersama untuk
menyelesaikan.

(Anonym)

*Skripsi ini kupersembahkan untuk Kedua Orangtua
ku serta Keluarga dan teman-teman atas segala
Dukungan, Kasih Sayang, Do'a, Pengorbanan dan
Bantuan yang tiada henti diberikan.*

ABSTRAK

Marianti. 2019. Pengaruh Sarana Prasarana Pariwisata terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Permandian Air Panas Lejja di Kabupaten Soppeng. Skripsi. Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar. Dibimbing oleh Prof. Dr. H. Thamrin Tahir, M. Si dan Muhammada Dinar, S.E., M.S

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh sarana prasarana pariwisata terhadap kepuasan wisatawan pada Objek Wisata Permandian Air Panas Lejja di Kabupaten Soppeng. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Variabel penelitian ini terdiri dari Sarana Prasarana (variabel x) dan Kepuasan (variabel y). Data yang diperoleh melalui pembagian kuesioner dengan menggunakan skala likert. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung objek wisata permandian alam lejja yang berjumlah 115.487 orang pada tahun 2017 dan ditarik sampel sebanyak 99 orang yang bertempat tinggal dari berbagai daerah di Kabupaten Soppeng. Teknik analisis data dilakukan dengan analisis statistic deskriptif dan analisis statistic inferensial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sarana Prasarana Pariwisata berpengaruh positif terhadap Kepuasan Wisatawan pada Objek Wisata Permandian Air panas Lejja di Kabupaten Soppeng.

Kata Kunci : *Sarana Prasarana, Kepuasan Wisatawan.*

KATA PENGANTAR

Ucapan puji syukur kehadiran Allah Subhanahu wa Ta'ala, atas segala limpahan rahmat dan inayahnya lah, sehingga penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Sarana Prasarana Pariwisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Permandian Air Panas Lejja di Kabupaten Soppeng” dapat diselesaikan.

Skripsi ini terdiri dari lima bab yaitu, Bab I Pendahuluan yang terdiri dari Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, dan Manfaat Penelitian. Bab II Tinjauan Pustaka dan Kerangka Pikir. Bab III Metode Penelitian yang terdiri dari Variabel dan Desain Penelitian, Definisi Operasi Variabel dan Pengukuran Variabel, Populasi dan Sampel, Teknik pengumpulan data, dan Teknik Analisis Data. Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan yang terdiri dari Gambaran Umum Perusahaan, dan Hasil Penelitian dan pembahasan. Bab V Kesimpulan dan Saran.

Atas segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan akan tetapi dengan usaha dan kerja keras yang tak lepas dari do'a, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak segala hambatan dapat dilalui. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih pada :

1. Prof. Dr. Husain Syam, M.TP selaku Rektor Universitas Negeri Makassar.

2. Dr. H. Muhammad Aziz, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.
3. Muhammad Dinar, SE., M.S, selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.
4. Prof. Dr. H. Thamrin Tahir, M.Si, selaku pembimbing I atas waktu dan kesabaran yang telah diberikan kepada penulis dalam membimbing penulisan serta pembuatan skripsi ini.
5. Muhammad Dinar, SE., M.S, selaku pembimbing II yang telah memberikan waktu dengan kesabaran yang tak terbatas dalam membimbing penulis selama pengerjaan skripsi ini.
6. Muhammad Hasan, S. Pd., M. Pd, selaku penguji I atas saran dan masukan yang telah diberikan serta meluangkan waktu untuk hadir.
7. Muh. Ihsan Said, SE., M. Si, selaku penguji II atas saran dan masukan yang telah diberikan serta meluangkan waktu untuk hadir.
8. Dosen dan staf administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar yang telah mendidik dan mengajari serta memberikan pelayanan kepada penulis selama proses perkuliahan sampai pada proses pengerjaan skripsi ini.

9. Kepada Pemerintah Daerah Kabupaten Soppeng yang telah memberikan izin penelitian.
10. Kepada Pengelola Objek Wisata Permandian Air Panas Lejja Kabupaten Soppeng yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian serta membantu dalam proses pengambilan data.
11. Kepada teman ku Dyna Arum Bestari dan Nurul Fitriah Ahmad, Nurhayati, Nuraeni, Nurfadillah dan Afdhaliana yang telah meluangkan waktu dan tenaga dalam membantu penulis selama proses penusunan skripsi ini, serta teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
12. Semua teman-teman seperjuangan IMPROVEMENT, khususnya teman-teman kelas A 2015 yang telah langsung maupun tidak langsung memberikan bantuan selama dalam proses perkuliahan maupun penyusunan skripsi.

Akhirnya, skripsi ini kupersembahkan kepada kedua orangtuaku, serta keluarga yang tiada hentinya memberikan kasih sayang, Do'a, dukungan moril maupun materi, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar.

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat khususnya pada penulis serta semua pihak yang berkepentingan dalam hal ini.

Makassar, Maret 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Hasil Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PIKIR	
A. Tinjauan Pustaka	8
1. Pemasaran	8
2. Ruang Lingkup Jasa	11
3. Ruang Lingkup Pariwisata	15
4. Sarana Prasarana Wisata	19
5. Kualitas Pelayanan	30
6. Kepuasan Wisatawan	40
7. Strategi Kepuasan Konsumen	45
8. Hubungan antara Sarana Prasarana Pariwisata terhadap Kepuasan Wisatawan	46
B. Penelitian Terdahulu	48
C. Kerangka Pikir	49
D. Hipotesis.....	49
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	51
B. Tempat dan Waktu Penelitian	51

C. Variabel dan Desain Penelitian	49
D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	51
E. Populasi dan Sampel	53
F. Teknik Pengumpulan Data	54
G. Teknik Pengujian Instrumen	
H. Teknik Analisis Data	55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	59
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan	86

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	98
B. Saran	100

DAFTAR PUSTAKA	101
----------------------	-----

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Skema Kerangka Pikir	49
2.	Skema Desain Penelitian.....	53

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Data Jumlah pengunjung.....	6
Tabel 1.2	Penelitian terdahulu.....	48
Tabel 1.3	Indikator Variabel	55
Tabel 1.4	Interpretasi Koefisien Korelasi	64
Tabel 4.1	Distribusi Responden Berdasarkan Umur.....	67
Tabel 4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4.3	Distribusi Frekuensi Tentang Tingkat Sarana Prasarana	68
Tabel 4.4	Distribusi Frekuensi Tentang Tingkat Aksesibilitas.....	69
Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi Tentang Tingkat Alat Transportasi.....	69
Tabel 4.6	Distribusi Frekuensi Tentang Tingkat Fasilitas Umum	70
Tabel 4.7	Distribusi Frekuensi Tentang Tingkat Fasilitas Pendukung	70
Tabel 4.8	Distribusi Frekuensi Tentang Tingkat Kepuasan Wisatawan	71
Tabel 4.9	Distribusi Frekuensi Tentang Tingkat Kesesuaian Harapan.....	72
Tabel 4.10	Distribusi Frekuensi Tentang Tingkat Minat Kunjungan Kembali ..	72
Tabel 4.11	Distribusi Frekuensi Tentang Kesiediaan Merekomendasikan.....	73
Tabel 4.12	Hasil Pengolahan Data Ordinal ke Data Interval	74
Tabel 4.13	Uji Normalitas Colmogrov Smirnov	75
Tabel 4.14	Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	75
Tabel 4.15	Model Summary.....	78
Tabel 4.16	Uji t	79
Tabel 4.17	Uji Korelasi	81
Tabel 4.18	Uji Koefisien Determinasi	82

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan sektor yang membuat Indonesia memiliki daya tarik yang cukup besar, sehingga banyak wisatawan yang tertarik untuk berkunjung. Bahkan tidak hanya wisatawan lokal yang tertarik, tempat wisata yang beragam jenisnya itu pun mampu menarik banyaknya wisatawan asing untuk datang. Terlebih lagi Indonesia merupakan salah satu negara kepulauan terbesar yang terdiri dari ribuan pulau membuat tempat wisata yang ada di setiap tempat pun beragam, sehingga tidak heran Indonesia tidak lagi hanya sebagai tempat transit, tetapi juga sebagai tujuan destinasi wisata.

Begitu pula dengan tempat wisata yang ada di salah satu pulau, yaitu pulau Sulawesi. Berbagai macam tempat-tempat wisata yang dapat dikunjungi mulai dari wisata alam sampai wisata buatan. Salah satu provinsi di pulau Sulawesi yang memiliki beraneka ragam tempat wisata adalah Sulawesi Selatan yang memiliki berbagai macam tempat wisata yang populer dan selalu ramai dikunjungi baik pada hari biasa maupun hari libur, terkhususnya di wilayah Kabupaten Soppeng.

Kabupaten Soppeng merupakan salah satu daerah di Sulawesi Selatan yang memiliki beberapa tempat wisata yang menarik untuk dikunjungi. Wisatawan yang berkunjung di Kabupaten Soppeng mengalami peningkatan setiap tahunnya hal ini dikarenakan Kabupaten Soppeng merupakan salah satu daerah tujuan wisata di Sulawesi Selatan. Salah satu daya tarik sektor pariwisata

di Kabupaten Soppeng adalah wisata alam. Pemerintah Kabupaten Soppeng masih mengusahakan untuk terus meningkatkan sektor pariwisata.

Kabupaten Soppeng yang berjarak 200 km dari utara kota Makassar menyimpan obyek wisata yang tak kalah menariknya dengan obyek wisata lainnya di sekitar kota Makassar. Kabupaten Soppeng ini mendapat julukan Kota Kalong karena ditempat ini banyak terdapat kelelawar di setiap pohon yang ada di sepanjang kota ini, terdapat obyek wisata diantaranya yaitu: wisata ompo, wisata citta, latemmamala, makam Jera' Lompoe, Situs Calio, Rumah Adat Sao Mario dan Wisata Alam Lejja.

Salah satu objek wisata di Kabupaten Soppeng yang memiliki prospek cukup potensial untuk dikelola dan dikembangkan adalah Permandian Air Panas Lejja. Objek wisata Permandian Air Panas Lejja adalah salah satu aset wisata alam di Kabupaten Soppeng yang mempunyai daya tarik tinggi dan paling diminati dengan suasana dan pemandangannya yang masih asri yang berada di kawasan hutan lindung berbukit panorama yang indah di Desa Bulue, Kecamatan Marioriawa, 44 km sebelah utara Kota Watan Soppeng yang merupakan ibu kota Kabupaten Soppeng. Permandian ini merupakan objek wisata favorit sekaligus wisata andalan yang diharapkan mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. *Wisata Permandian Alam Lejja* yang merupakan salah satu tempat wisata yang pengunjungnya tinggi dan paling diminati, baik di wilayah Kabupaten Soppeng maupun diluar wilayah Kabupaten Soppeng. Di tempat ini memiliki sumber air panas dengan suhu mencapai 60°C yang dipercaya bisa menyembuhkan gatal-

gatal dan rematik dan berbagai penyakit kulit lainnya. Permandian air Panas Alam ini berada di Kabupaten Soppeng yang berjarak Kurang Lebih 220 Km.

Adapun sarana dan prasarana yang tersedia di Pemandian Air Panas Lejja yaitu kolam renang yang terbagi atas 5 bagian yaitu **Kolam I:** airnya sangat panas, harus berhati-hati jika berada di tempat ini karena telur yang dicelupkan di kolam ini bisa menjadi setengah matang. **Kolam II:** kolam dangkal dengan air suam-suam kuku yang bisa dipakai untuk anak-anak kecil atau bagi anda yang tidak bisa berenang bisa juga memakai kolam ini. **Kolam III:** kolam dengan kedalaman sebatas leher dan air suam-suam kuku untuk orang dewasa. Ada pelampung yang disewakan jika anda takut berenang di kolam ini. **Kolam IV:** air di kolam ini sudah normal, tidak terlalu panas ataupun terlalu dingin dan kolam ini khusus orang dewasa saja. **Kolam V:** kolam yang berada di sebelah timur ini dilengkapi dengan papan loncatan. Diantaranya kolam renang umum dan kolam renang *private*, air bersih, listrik, toilet, ruang ganti pakaian, pondok peristirahatan seperti gazebo, villa serta baruga wisata sebagai tempat pertemuan dengan daya tampung 300 orang, areal parkir, jalan beraspal dan lain-lain. Dengan adanya sarana dan prasarana yang telah disiapkan oleh pihak pengelola, maka akan membuat wisatawan merasa nyaman ketika berkunjung ke objek wisata Permandian Air Panas Lejja. Akan tetapi dibalik rasa kenyamanan tersebut, wisatawan juga bisa merasakan hal sebaliknya apabila sarana dan prasarananya tidak dirawat dengan baik.

Seperti halnya di Permandian Air Panas Lejja, sarana dan prasarananya sudah cukup memadai. Tapi jika dilihat dari segi perawatan fasilitas, bisa

dikatakan pihak pengelola belum berhasil terbukti dengan adanya sebagian fasilitas yang mengalami kerusakan tapi belum dilakukan perbaikan. Adapun sarana yang dimaksud penulis dalam hal ini seperti toilet, ruang ganti pakaian, papan seluncuran dan sebagainya. Rusaknya sarana dan prasarana pendukung di suatu objek wisata membuat wisatawan yang datang berkunjung merasa tidak nyaman dan hal itu bisa berdampak terhadap menurunnya jumlah wisatawan yang datang berkunjung ke objek wisata Pemandian Air Panas Lejja.

Kondisi seperti ini memang ironis mengingat potensi yang dimiliki objek wisata Pemandian Air Panas Lejja sangat menjanjikan, tapi belum dikelola secara optimal dan profesional. Hal ini seharusnya sudah menjadi perhatian utama bagi pemerintah Kabupaten Soppeng melalui DISBUDPAR (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata). Untuk itu, maka berbagai perubahan yang terjadi harus disikapi dan diantisipasi secara dini oleh pemerintah daerah dengan menerapkan strategi yang efektif guna memanfaatkan kekuatan internal yang dimiliki dan mempertimbangkan pengaruh eksternal.

Banyak sekali faktor yang mempengaruhi sektor pariwisata, diantaranya wisatawan, obyek wisata, kuliner, dan sebagainya. Kepuasan wisatawan adalah salah satu faktornya, dimana jika kepuasan wisatawan meningkat maka otomatis akan mempengaruhi berkembang atau tidaknya sektor pariwisata tersebut. Wisatawan akan melihat objek wisata yang memiliki daya tarik untuk didatangi.

Dari kontribusi tersebut, pula diharapkan dapat memacu pembangunan dan pertumbuhan ekonomi sehingga Kabupaten Soppeng nantinya bisa dikatakan sebagai kota yang maju dalam bidang pariwisata. Dengan semakin besar

kontribusi dari sektor-sektor tersebut maka pendapatan Kabupaten Soppeng akan meningkat sehingga dengan sendirinya Kabupaten Soppeng mampu membiayai setiap kegiatan pembangunan terutama pembangunan di sektor pariwisata yang ada di Kabupaten Soppeng. Semakin banyak wisatawan yang berkunjung maka semakin besar pula meningkatnya pendapatannya. Di Kabupaten Soppeng, jumlah wisatawan setiap tahunnya yang mengunjungi Wisata Permandian Alam Lejja mengalami peningkatan dari tahun 2015-2017 jumlah pengunjung tersebut disajikan dalam tabel 1.

Tabel 1.1 : Data Jumlah Pengunjung Permandian Wisata Alam Lejja tahun 2015-2017.

Tahun	Pengunjung
2015	134.073 orang
2016	139.073 orang
2017	115.487 orang

Sumber: *Data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Soppeng tahun 2015-2017.*

Berdasarkan tabel 1 diatas, pada tahun 2015-2017 jumlah wisatawan mengalami peningkatan pada tahun 2015-2016, dimana sama-sama mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada tahun 2015 jumlah pengunjung 134.073 orang dan pada tahun selanjutnya yaitu pada tahun 2016 jumlah pengunjung meningkat menjadi 139.073 dan pada tahun 2017 dengan jumlah pengunjung turun menjadi 115.487 orang.

Berdasarkan data banyaknya jumlah pengunjung yang datang pada 3 tahun terakhir yang dapat dikatakan berfluktuasi, penulis ingin mengetahui apakah dengan menurunnya kualitas sarana dan prasarana yang ada di permandian air

panas lejja dapat memberikan kepuasan kepada pengunjung dan apakah penurunan tersebut berpengaruh pada jumlah pengunjung yang datang pada tahun 2017. Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul :“Pengaruh Sarana Prasarana Pariwisata terhadap Kepuasan Wisatawan pada Wisata Permandian Air Panas Lejja Kabupaten Soppeng”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

Bagaimana pengaruh sarana dan prasarana pariwisata terhadap kepuasan pengunjung pada Wisata Alam Permandian Air Panas Lejja di Kabupaten Soppeng ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peranan sektor pariwisata dalam meningkatkan pendapatan asli daerah pada Wisata Alam Permandian Air Panas Lejja.

D. Manfaat Penelitian

Penulis berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, diharapkan bisa menjadi ilmu pengetahuan yang diperoleh selama duduk dibangku perkuliahan dan mampu diterapkan didunia kerja.
2. Bagi pihak pariwisata, sebagai bahan masukan agar dapat lebih kreatif melakukan pembangunan yang menarik perhatian pengunjung.

3. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian atau referensi bagi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan manajemen sumber daya manusia.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Pemasaran

a. Pengertian Pemasaran

Banyak yang berpikiran bahwa kegiatan pemasaran hanya sebatas menjual produk, namun sebenarnya kegiatan pemasaran lebih luas dari penjualan dan penjualan merupakan bagian dari kegiatan pemasaran.

Menurut J.Paul Peter dan James H.Donnelly (2009 ; 4), pemasaran adalah:

“Marketing is means that an organizational should seek to make a profit by serving the needs of customer group.”

Menurut Kotler dan Amstrong (2010 ; 29), pengertian pemasaran adalah:

“Marketing is the process by which companies create value for customers and build strong customer relationships in order to capture value from customers in return.”

Dari pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran berhubungan dengan penciptaan keinginan dan kebutuhan konsumen. Memahami, menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai serta kepuasan kepada konsumen adalah inti pemikiran dan praktek pemasaran moderen. Dua sasaran pemasaran yang utama adalah menarik konsumen dan menjanjikan nilai yang unggul dan mempertahankan konsumen saat ini dengan memberikan kepuasan. Strategi pemasaran yang tepat memberikan kekuatan pada perusahaan untuk bersaing dengan perusahaan lainnya sehingga memberikan keuntungan pada perusahaan tersebut.

b. Pengertian Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Amstrong (2010 ; 32), manajemen pemasaran adalah:

“Marketing management is the art and science of choosing target markets and building profitable relationships with them.”

Menurut Djaslim Saladin (2003 ; 4), pengertian manajemen pemasaran adalah :

“Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan, dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi, dan distribusi gagasan, barang dan jasa untuk menghasilkan pertukaran yang memuaskan individu dan memenuhi tujuan organisasi.”

Dari uraian diatas dapat dikatakan bahwa manajemen pemasaran adalah keseluruhan kegiatan dari mulai merencanakan, melaksanakan penciptaan produk, harga, promosi, distribusi untuk dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen agar tercipta kepuasan.

c. Bauran Pemasaran

Dalam pemasaran terdapat strategi yang disebut bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang mempunyai peranan penting dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan ke pasar. Berikut ini adalah pengertian bauran pemasaran (*marketing mix*) menurut para ahli :

Menurut Kotler dan Amstrong (2010 ; 76), pengertian bauran pemasaran yaitu :

“Marketing mix is the set of controllable, tactical marketing tools that the firm blends to produce the response it wants in the target market.”

Menurut Alma (2007 ; 205) dalam bukunya Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, menjelaskan bauran pemasaran adalah sebagai berikut :

“*Marketing mix* merupakan strategi mencampur kegiatan-kegiatan marketing, agar dicari kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil paling memuaskan”

Menurut Basu Swastha (2003 ; 42), bauran pemasaran adalah:

“*Marketing mix* adalah kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, yakni : produk, struktur harga, kegiatan promosi, dan sistem distribusi.”

Menurut Kotler (2005:17-18) bauran pemasaran dapat diklasifikasikan menjadi 4P (*Product, Price, Place, dan Promotion*). Adapun pengertian dari masing masing bauran pemasaran adalah:

1. Product

Produk merupakan kombinasi penawaran barang dan jasa perusahaan kepada pasar, yang mencakup antara lain : kualitas, rancangan, bentuk, merek, dan kemasan produk.

2. Price

Harga adalah sejumlah uang yang harus pelanggan bayar untuk produk tertentu.

3. Place

Aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk agar dapat diperoleh dan tersedia bagi pelanggan sasaran.

4. Promotion

Aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya.

Sedangkan menurut Tjiptono (2006 ; 145) dalam perusahaan jasa, bauran pemasaran ditambah menjadi 7P, adapun 3P itu adalah :

5. People (Orang)

Perusahaan dapat membedakan dirinya dengan cara merekrut dan melatih karyawan yang lebih mampu dan lebih dapat diandalkan dalam berhubungan dengan pelanggan dari pada karyawan pesaingnya.

6. Lingkungan Fisik (Physical Evidence)

Merupakan lingkungan fisik dimana jasa disampaikan dan perusahaan berinteraksi dengan konsumennya dan setiap komponen tangible memfasilitasi penampilan atau komunikasi jasa.

7. Proses (process)

Merupakan sebuah prosedur actual, mekanisme dan aliran aktifitas jasa disampaikan yang merupakan sistem penyajian operasi jasa.

2. Ruang Lingkup Jasa

a. Pengertian Jasa

Bisnis jasa sering kita jumpai dalam kehidupan sehari-hari, misalnya jasa telekomunikasi, pendidikan, salon, restoran, dan sebagainya. Jasa bukan saja hadir sebagai produk utama, namun juga dalam bentuk layanan pelengkap dalam pembelian produk fisik. Kini setiap konsumen tidak lagi membeli sekedar produk fisik saja, tetapi juga segala aspek jasa atau layanan yang melekat pada produk tersebut. Ada berbagai macam pengertian mengenai jasa, antara lain :

Menurut Kotler dan Armstrong (2007 ; 199), pengertian jasa adalah :
“Service is any activity or benefit that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything.”

Sedangkan menurut Zeithaml dan Bitner (2004; 243), jasa adalah :

“Service include all economic activities whose output is not a physical product of construction, is generally consumed at the time it is produced, and provides added value in from (such at convenience, amusement, timeliness, comfort, or health) that are essentially intangible concerns of its first purchaser.”

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa jasa adalah semua kegiatan ekonomi atau manfaat yang dapat ditawarkan perusahaan yang bersifat tidak berwujud, yang langsung dikonsumsi saat jasa diproduksi.

b. Karakteristik Jasa

Jasa memiliki karakteristik utama yang sangat mempengaruhi rancangan program pemasaran. Menurut Kotler dan Armstrong (2007 ; 223) ada empat karakteristik jasa, yaitu :

1. Tidak berwujud (*Intangibility*)

Jasa bersifat abstrak dan tidak berwujud. Tidak seperti halnya produk fisik, jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, dicium sebelum jasa itu dibeli. Untuk mengurangi ketidakpastian tersebut, maka para calon pembeli akan mencari tanda atau bukti dari mutu jasa. Konsumen mencari bukti kualitas jasa berdasarkan enam hal berikut ini :

a) Tempat (*Place*)

Tempat yang mendukung seperti kebersihan yang terjaga, kenyamanan untuk konsumen, dan suasana yang mendukung.

b) Orang (*People*)

Orang yang menangani mampu melaksanakan tugas dengan baik. Sudah terlatih, cepat dalam menangani masalah, dan lain-lain.

c) Peralatan (*equipment*)

Peralatan penunjang seperti komputer, meja, mesin fax, dan lain sebagainya.

d) Komunikasi material (*communication material*)

Bukti-bukti berupa teks tertulis dan foto, misalnya kontrak atau hasil jadi dalam foto.

e) Simbol (*symbol*)

Nama dan symbol pemberi jasa mencerminkan kemampuan dan kelebihanannya dalam melayani konsumen

f) Harga (*price*)

Harga yang masuk akal dan dapat pula dipadukan dengan berbagai macam promosi penjualan, seperti bonus, diskon dan lain-lain.

2. Bervariasi (*Variability*)

Jasa bersifat nonstandard dan sangat variable. Berbeda dengan kualitas produk fisik yang sudah terstandar, kualitas jasa bergantung pada siapa penyediannya, kapan, di mana, dan bagaimana jasa itu diberikan. Oleh karena itu jasa sangat bervariasi dan berbeda satu dengan yang lainnya.

3. Tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*)

Jasa umumnya diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan dengan partisipasi konsumen di dalamnya.

4. Tidak dapat disimpan (*Perishability*)

Jasa tidak mungkin disimpan dalam bentuk persediaan. Nilai jasa hanya ada pada saat jasa tersebut diproduksi dan langsung diterima oleh si penerimanya.

Karakteristik seperti ini berbeda dengan barang berwujud yang dapat diproduksi terlebih dulu, disimpan dan dipergunakan di lain waktu.

c. Klasifikasi Jasa

Menurut Fandy Tjiptono (2006 ; 6), penawaran dapat dibedakan menjadi lima kategori :

a) Produk fisik murni

Penawaran semata-mata hanya terdiri atas produk fisik. Misalnya sabun mandi, pasta gigi, atau sabun cuci, tanpa ada jasa atau pelayanan yang menyertai produk tersebut.

b) Produk fisik dengan jasa pendukung

Pada kategori ini penawaran terdiri atas suatu produk fisik yang disertai dengan satu atau beberapa jasa untuk meningkatkan daya tarik pada konsumennya. Misalnya produsen mobil harus memberikan penawaran yang jauh lebih banyak daripada hanya sekedar jual mobil saja, meliputi jasa pengantaran, reparasi, pemasangan suku cadang, dan sebagainya.

c) Campuran (*Hybrid*)

Penawaran terdiri dari barang dan jasa yang sama besar porsinya.

d) Jasa utama yang didukung dengan barang dan jasa minor

Penawaran terdiri atas suatu jasa pokok bersama-sama dengan jasa tambahan (pelengkap) dan atau barang-barang pendukung. Contohnya penumpang pesawat yang membeli jasa transportasi. Selama menempuh perjalanan menuju tempat tujuannya, ada beberapa unsur produk fisik yang terlibat, seperti makanan dan minuman, majalah atau surat kabar yang disediakan, dan lain-lain. Jasa seperti

ini memerlukan barang yang bersifat capital intensif (dalam hal ini pesawat) untuk realisasinya, tetapi penawaran utamanya adalah jasa.

e) Jasa Murni

Penawaran hampir seluruhnya berupa jasa. Misalnya fisioterapi, konsultasi, psikologi, pemijitan, dan lain-lain.

Berdasarkan klasifikasi Organisasi Perdagangan Dunia (World Trade Organization- WTO) yang dikutip oleh Rambat dan Hamdani (2006;7), ruang lingkup klasifikasi bisnis jasa meliputi:

- a) Jasa Bisnis
- b) Jasa Komunikasi
- c) Jasa Konstruksi dan Jasa Teknik
- d) Jasa Distribusi
- e) Jasa Pendidikan
- f) Jasa Lingkungan Hidup
- g) Jasa Keuangan
- h) Jasa Kesehatan dan Jasa Sosial
- i) Jasa Kepariwisata dan Jasa Perjalanan
- j) Jasa Rekreasi, Budaya, dan Olahraga
- k) Jasa Transportasi
- l) Jasa Lain-lain.

c. Ruang Lingkup Pariwisata

1. Pengertian Pariwisata

Paradigma pembangunan di banyak negara kini lebih berorientasi kepada pengembangan sektor jasa dan industri, termasuk di dalamnya adalah industri pariwisata. Pariwisata memiliki konsep yang berbeda menurut para ahli, karena ilmu pariwisata sendiri merupakan ilmu yang baru dikukuhkan pada tanggal 31 Maret 2008 menjadi sejajar dengan ilmu-ilmu lain.

Pariwisata disebut sebagai industri jasa karena perusahaan yang membentuk industri pariwisata adalah perusahaan jasa yang masing-masing

bekerja sama menghasilkan produk yang dibutuhkan wisatawan selama dalam perjalanan wisata yang dilakukannya pada suatu DTW. Masing-masing produk melengkapi produk lain untuk memberi kepuasan kepada wisatawan (Oka A.Yoeti dalam Ekonomi Pariwisata).

Dalam Undang-undang RI nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan, pengertian pariwisata adalah sebagai berikut :

“Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah.”

Menurut Richardson dan Fluker (2004 ; 5) yang dikutip oleh I Gde Pitanna dan I Ketut Surya (2009 ; 46), ada beberapa komponen pokok yang secara umum menjadi batasan definisi pariwisata, yaitu :

- a) Adanya unsur travel (perjalanan), yaitu pergerakan manusia dari satu tempat ke tempat lain.
- b) Adanya unsur tinggal sementara di tempat yang bukan merupakan tempat tinggal yang biasanya.
- c) Tujuan utama dari pergerakan manusia tersebut bukan untuk mencari penghidupan/pekerjaan di tempat yang dituju.

2. Jenis Pariwisata

Menurut Pendit (2006:38) merinci penggolongan pariwisata menjadi beberapa jenis wisata antara lain : wisata budaya, wisata kesehatan, wisata olahraga, wisata komersial dan wisata industri.

a) Wisata Budaya

Wisata budaya dimaksudkan agar perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan, untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan ketempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat, cara hidup, budaya dan seni pada masyarakat daerah yang bersangkutan. Seringnya perjalanan serupa ini disatukan dengan kesempatan-kesempatan mengambil bagian dalam kegiatan-kegiatan budaya, seperti pameran seni (seni tari, seni drama, seni musik dan seni suara), atau kegiatan yang bermotif kesejarahan dan sebagainya. Jenis wisata budaya ini jenis yang populer di Indonesia. Jenis wisata ini adalah jenis wisata yang paling utama bagi wisatawan luar negeri yang datang ke negeri ini dimana mereka ingin mengetahui kebudayaan kita, kesenian dan segala sesuatu yang dihubungkan dengan adat istiadat dan kehidupan seni budaya kita.

b) Wisata Kesehatan

Dimaksudkan perjalanan seorang wisatawan dengan tujuan untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari-hari dimana ia tinggal demi kepentingan beristirahat alam arti jasmani dan rohani, dengan mengunjungi tempat peristirahatan seperti mata air panas yang mengandung mineral yang dapat menyembuhkan, tempat yang mempunyai iklim udara yang menyehatkan atau tempat-tempat yang menyediakan fasilitas-fasilitas kesehatan lainnya.

c) Wisata Olahraga

Dimaksudkan wisatawan yang melakukan perjalanan dengan tujuan berolahraga atau memang sengaja bermaksud mengambil bagian aktif dalam pesta

olahraga di suatu tempat atau negara seperti Asean Games, Olympiade, Thomas dan Uber Cup, Wimbledon, Tour de France, F1, World Cup dan jenis olahraga lainnya. Macam cabang olahraga yang termasuk dalam jenis wisata olahraga yang bukan tergolong dalam pesta olahraga atau games, misalnya berburu, memancing, berenang, dan berbagai cabang olahraga dalam air atau diatas pegunungan.

d) Wisata Komersial

Jenis ini termasuk perjalanan untuk mengunjungi pameran-pameran dan pekan raya yang bersifat komersil, seperti pameran industri, pameran dagang dan sebagainya. Pada mulanya banyak orang berpendapat bahwa hal ini tidak dapat digolongkan kedalam jenis pariwisata karena bersifat komersial, hanya dilakukan oleh orang-orang yang khusus mempunyai tujuan tertentu untuk bisnis. Tetapi kenyataannya, dewasa ini pameran-pameran atau pekan raya 14 yang diadakan banyak sekali dikunjungi oleh orang yang hanya sekedar melihat-lihat. Maka tak jarang pameran atau pekan raya dimeriahkan dengan berbagai atraksi dan pertunjukan kesenian.

e) Wisata Industri

Erat kaitannya dengan wisata komersial. Perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa, atau orang-orang biasa ke suatu kompleks atau daerah perindustrian yang banyak terdapat pabrik-pabrik atau bengkel-bengkel besar dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan peninjauan atau penelitian. Hal ini banyak dilakukan di negara-negara yang telah maju perindustriannya dimana masyarakat berkesempatan mengadakan kunjungan ke

daerah atau kompleks-kompleks pabrik industri berbagai jenis barang yang dihasilkan secara massal di negara tersebut.

3. Pengertian Wisatawan

Menurut Suwardjoko dan Indira (2007 ; 16), wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata. Wisatawan terbagi atas dua kategori yaitu :

- a) Wisatawan mancanegara (Internasional) yaitu wisatawan dari berbagai Negara lain yang berkunjung ke wilayah Negara X, dan warga Negara X yang berwisata ke luar wilayah Negara X.
- b) Wisatawan nasional (domestik) yaitu wisatawan yang melakukan kegiatan wisata di dalam wilayah Negara X. Di Indonesia, wisatawan domestik terdiri atas wisatawan nusantara dan wisatawan domestik asing. Wisatawan nusantara adalah warga Negara Indonesia yang berwisata di dalam wilayah negara Indonesia. Sedangkan wisatawan domestik asing adalah warga negara asing yang tinggal di Indonesia dan berwisata di dalam wilayah Indonesia.

d. Sarana dan Prasarana Wisata

Sarana dan prasarana wisata yang baik merupakan salah satu indikator perkembangan pariwisata. Ketersediaan sarana dan prasarana akan memperkuat daya tarik daerah wisata yang bersangkutan. Sebaik dan semenarik suatu atraksi yang ditampilkan oleh daerah wisata, belum akan memuaskan wisatawan yang berkunjung ke daerah wisata karena masih ada faktor lain yang menjadi pertimbangan menyangkut fasilitas-fasilitas penunjang yang memungkinkan mereka dapat menikmati kenyamanan, keamanan, dan lainnya. Terpenuhinya

syarat tersebut tidak terlepas dari ketersediaan sarana dan prasarana seperti jalan raya, hotel, pusat perbelanjaan, bank, kantor pos, dan lainnya.

1) Sarana Wisata

Sarana pariwisata adalah fasilitas yang harus disediakan apabila suatu daerah wisata ingin dikembangkan. Sarana wisata secara kuantitatif menunjuk pada jumlah sarana wisata yang harus disediakan, dan secara kualitatif menunjukkan mutu pelayanan yang diberikan dan yang tercermin pada kepuasan wisatawan yang memperoleh pelayanan.

Menurut Suwardjoko dan Indira (2007 : 98), pengertian sarana wisata adalah :

“Sarana wisata adalah segala sesuatu yang melengkapi dan atau memudahkan proses kegiatan pariwisata berjalan, seperti : penginapan, rumah makan, perbelanjaan, biro perjalanan, lembaga keuangan, dan lain-lain”

Menurut Suwantoro (2004 ; 22) dalam (<http://file.upi.edu>), sarana wisata adalah :

“Sarana kepariwisataan adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar prasarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang serta dapat memberikan pelayanan pada wisatawan untuk memenuhi kebutuhan mereka yang beraneka ragam.”

Sarana kepariwisataan tersebut adalah :

- a. Perusahaan akomodasi, seperti : hotel, losmen, bungalow.
- b. Perusahaan transportasi, seperti : pengangkutan udara, laut atau kereta api, dan bus-bus yang melayani khusus pariwisata saja.

- c. Rumah makan, restaurant, depot atau warung-warung yang berada di sekitar obyek wisata dan memang mencari mata pencaharian berdasarkan pengunjung dari obyek wisata tersebut.
- d. Toko-toko penjual cinderamata khas dari obyek wisata tersebut yang notabene mendapat penghasilan hanya dari penjualan barang-barang cinderamata khas obyek tersebut.
- e. Dan lain-lain.

Menurut Lothar A.Kreck yang dikutip oleh Yoeti (1996 ; 197), sarana kepariwisataan terbagi atas :

- a. Sarana pokok kepariwisataan, adalah perusahaan yang hidup dan kehidupannya sangat tergantung kepada arus kedatangan orang yang melakukan perjalanan wisata, termasuk ke dalam kelompok ini adalah : *travel agent* dan *tour operator*, perusahaan-perusahaan angkutan wisata, hotel dan jenis akomodasi lainnya, bar dan restoran, serta rumah makan lainnya, objek wisata, dan atraksi wisata lainnya
- b. Sarana pelengkap kepariwisataan, yaitu perusahaan-perusahaan atau tempat tempat yang menyediakan fasilitas untuk rekreasi yang fungsinya tidak hanya melengkapi sarana pokok kepariwisataan dapat lebih lama tinggal pada suatu daerah tujuan wisata. Termasuk ke dalam kelompok ini adalah sarana olahraga seperti lapangan tenis, lapangan golf, kolam renang, permainan bowling, daerah perburuan, berlayar, berselancar, serta sarana ketangkasan seperti permainan bola sodok, *jacpot*, *pachino*, dan *amusement* lainnya.

- c. Sarana penunjang kepariwisataan, yaitu perusahaan yang menunjang sarana pelengkap dan sarana pokok dan berfungsi tidak hanya membuat wisatawan lebih lama tinggal pada suatu daerah tujuan wisata, tetapi fungsi yang lebih penting adalah agar wisatawan lebih banyak mengeluarkan atau membelanjakan uangnya di tempat yang dikunjungi. Termasuk ke dalam kelompok ini adalah *night club, steambath, casino*.

2) Prasarana Wisata

Prasarana pariwisata merupakan juga prasarana umum, artinya tidak khusus digunakan hanya bagi kepentingan pariwisata.

Sedangkan prasarana wisata menurut Suwardjoko dan Indira (2007 ; 98) adalah :

“Prasarana wisata adalah segala sesuatu yang memungkinkan proses kegiatan pariwisata dapat berjalan, misalnya perangkutan, komunikasi, sumber energi.”

Menurut Suwantoro (2004 ; 21) dalam (<http://file.upi.edu>), prasarana wisata adalah :

“Prasarana (*infrastructure*) adalah semua fasilitas yang dapat memungkinkan proses perekonomian berjalan dengan lancar sedemikian rupa, sehingga dapat memudahkan manusia untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Prasarana wisata adalah sumber daya alam dan sumber daya manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di daerah tujuan wisata, seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan, dan lain sebagainya.”

Prasarana tersebut antara lain :

- a. Perhubungan : jalan raya, pelabuhan udara dan laut, terminal
- b. Instalasi pembangkit listrik dan instalasi air bersih.
- c. Sistem telekomunikasi, baik itu telepon, telegraf, radio, televisi, kantor pos
- d. Pelayanan kesehatan baik itu puskesmas maupun rumah sakit.
- e. Pelayanan keamanan baik itu pos satpam penjaga obyek wisata maupun pospos polisi untuk menjaga keamanan di sekitar obyek wisata.

- f. Pelayanan wisatawan baik itu berupa pusat informasi ataupun kantor pemandu wisata.
- g. Pom bensin.
- h. Dan lain-lain.

Menurut Lothar A.Kreck yang dikutip oleh Yoeti (1996 ; 197), prasarana kepariwisataan terbagi atas :

- a. Prasarana ekonomi (*economic infrastructure*) yang dapat dibagi atas:

- 1) Pengangkutan (*Transportation*)

Pengangkutan disini adalah pengangkutan yang dapat membawa para wisatawan dari Negara dimana ia biasanya tinggal ketempat atau Negara yang merupakan daerah tujuan wisata.

- 2) Komunikasi (*Communication Infrastructures*)

Tersedianya prasarana komunikasi akan dapat mendorong para wisatawan untuk mengadakan perjalanan jarak jauh. Dengan demikian wisatawan tidak ragu-ragu meninggalkan rumah dan anak-anaknya. Termasuk dalam kelompok ini diantaranya telepon, telegraph, radio, TV, surat kabar, internet, kantor pos.

- 3) Kelompok yang termasuk “Utilities”

Sarana utilities adalah penerangan listrik, persediaan air minum, sistem irigasi dan sumber energi.

- 4) Sistem perbankan

Adanya pelayanan bank bagi para wisatawan berarti bahwa wisatawan mendapat jaminan mutu dengan mudah menerima atau mengirim uangnya dari dan Negara asalnya tanpa mengalami birokrasi pelayanan. Sedangkan

untuk pembayaran lokal, wisatawan dapat menukarkan uangnya pada money changer setempat.hs

b. Prasarana sosial (*social infrastructure*).

Prasarana sosial adalah semua faktor yang menunjang kemajuan atau menjamin kelangsungan prasarana perekonomian yang ada. Termasuk dalam kelompok ini adalah :

1) Sistem pendidikan (*School system*)

Adanya lembaga-lembaga pendidikan yang mengkhususkan diri dalam, pendidikan kepariwisataan merupakan suatu usaha untuk meningkatkan tidak hanya pelayanan bagi para wisatawan, tetapi juga untuk memelihara dan mengawasi suatu badan usaha yang bergerak dalam kepariwisataan.

2) Pelayanan kesehatan (*Health Service Facilities*)

Harus ada jaminan bahwa di daerah tujuan wisata tersedia pelayanan bagi suatu penyakit yang mungkin akan diderita dalam perjalanan.

3) Faktor keamanan (*Safety Factor*)

Perasaan tidak aman (*unsafe*) dapat terjadi di suatu tempat yang baru saja dikunjungi. Adanya perlakuan yang tidak wajar dari penduduk setempat seakan-akan wisatawan yang datang mengganggu ketentraman.

4) Petugas yang langsung melayani wisatawan (*Government Apparatus*)

Termasuk dalam kelompok ini antara lain petugas imigrasi, petugas bea cukai, petugas kesehatan, polisi, dan pejabat-pejabat lainnya yang berkaitan dengan pelayanan para wisatawan.

3) Pentingnya Sarana dan Prasarana Wisata

a. Objek wisata/atraksi wisata

Daya tarik wisata merupakan elemen yang menjadi faktor penyebab kegiatan wisata dan menjadi magnet suatu daerah. Oleh karena itu, keunikan daya tarik wisata memiliki makna amat penting yang harus dijaga keunikan dan kelestariannya. Dalam upaya menahan wisatawan untuk tinggal lebih lama dan/atau menarik wisatawan untuk berkunjung kembali, maka daya tarik wisata di suatu daerah tujuan wisata diperkuat dengan suguhan pertunjukan (atraksi), artinya selain daya tarik yang sudah ada, perlu ditambah dengan suatu pertunjukan yang dapat dinikmati, dilihat, ditonton, dilakukan, diperoleh oleh para wisatawan selama berkunjung sehingga memberikan kesan yang memikat.

b. Perhubungan dan Transportasi

Daya tarik wisata yang menarik tak akan banyak maknanya tanpa dukungan sarana dan prasarana wisata. Transportasi atau perangkutan merupakan hal yang penting karena perangkutan menghubungkan wisatawan dengan obyek wisata yang dituju. Keandalan fasilitas dan pelayanan jasa perangkutan sangat penting artinya bagi upaya pengembangan kepariwisataan, karena perangkutan adalah urat nadi kegiatan ekonomi dan jaringan penghubung antar kegiatan. Pelayanan angkutan pariwisata tidak selalu harus khusus hanya untuk kepentingan pariwisata. Pelayanan angkutan pariwisata menyatu dan terpadu dengan pelayanan angkutan umum. Para wisatawan harus yakin dan merasa terjamin akan sampai dengan selamat dan kembali dengan selamat pula sesuai dengan waktu yang telah direncanakannya. Fungsi utama perangkutan adalah memindahkan orang dan

barang dari asal (tempat tinggal wisatawan) ke destinasi (DTW). Salah satu ciri utama pariwisata adalah ‘melakukan perjalanan’, sehingga dapat dikatakan bahwa tanpa pelayanan jasa perangkutan maka kepariwisataan akan lumpuh. Terminal (bandara, dermaga/pelabuhan, stasiun, dan terminal bus) adalah titik kontak pertama wisatawan dengan Negara/daerah tujuan. Kesan pertama yang baik tentang Negara atau daerah tujuan wisata harus sudah tampil di terminal. Terminal sebagai gerbang utama harus tampil mencerminkan wajah Negara/daerah wisata yang bersangkutan. Informasi lengkap secara garis besar tentang obyek wisata harus sudah diperoleh di terminal. Penanganan dan pelayanan segala urusan yang lamban di terminal dapat menjadi kendala dan penyebab keengganan wisatawan mengunjungi suatu daerah tujuan wisata. Sebaliknya, pelayanan yang prima (ramah, rapi) dengan sendirinya menjadi iklan yang amat besar pengaruhnya dan menjadi penunjang daya tarik wisata.

c. Akomodasi/Perhotelan

Akomodasi / perhotelan adalah sarana kepariwisataan yang erat kaitannya dengan daerah tujuan wisata. Sebelum wisatawan melanjutkan perjalanannya menuju objek wisata sebagai destinasi akhir, diperlukan sarana yang dapat menampung wisatawan berupa hotel/penginapan. Perhotelan tidak dapat dipisahkan dari pariwisata. Tanpa kegiatan kepariwisataan dapat dikatakan akomodasi perhotelan akan lumpuh, sebaliknya pariwisata tanpa hotel merupakan suatu hal yang tidak mungkin. Daerah yang memiliki potensi daya tarik wisata perlu mengembangkan akses dan fasilitas akomodasi yang memadai. Tanpa akses dan akomodasi yang baik, maka potensi daya tarik wisata, iklim yang baik,

peristiwa pariwisata, pemandangan indah, keragaman budaya, dan kesenian rakyat yang berada di suatu daerah wisata tidak akan mempunyai makna berarti bagi pengembangan daerah yang bersangkutan.

d. Rumah makan/Restoran

Rumah makan tidak dapat dipisahkan dalam kegiatan pariwisata. Rumah makan merupakan fasilitas yang selalu dibutuhkan wisatawan apabila berkunjung ke suatu daerah wisata. Rasa lapar dan haus tidak dapat dihindari oleh wisatawan ketika akan berkunjung ke daerah wisata atau sedang berkunjung di daerah wisata sehingga wisatawan membutuhkan rumah makan. Selain mencari makanan yang enak atau khas dari daerah yang dikunjunginya, wisatawan pun menginginkan pelayanan yang baik dari rumah makan tersebut.

e. Toko souvenir

Para penjaja cinderamata, pramuwisata, para pedagang keliling merupakan hal yang juga penting dalam pariwisata karena keberadaan mereka dapat melayani beberapa kebutuhan wisatawan, bahkan tidak jarang mereka justru menjadi objek wisata, misalnya penjual nasi liwet gendongan di Solo dapat menjadi atraksi bila dikemas secara professional tanpa merusak unsur keasliannya.

f. Jalan

Prasarana wisata sama dengan prasarana umum yang dibutuhkan oleh masyarakat banyak, artinya tidak khusus digunakan untuk kepentingan wisatawan saja. Kondisi infrastruktur (jalan, dan lainnya) merupakan faktor penting dalam mendukung kegiatan pariwisata. Kondisi jalan yang baik dan lancar akan memudahkan wisatawan untuk mengunjungi berbagai daerah wisata. Namun, jika

kondisi jalan rusak dan macet, akan mengurangi minat berkunjung wisatawan dan agen perjalanan pun tidak akan menawarkan wisata ke obyek wisata yang memiliki kondisi jalan rusak dan macet, karena akan membuang waktu.

g. Air dan Listrik

Infrastruktur lain yang penting bagi pariwisata yaitu air dan listrik. Komponen ini memiliki peran penting sebagai penunjang operasional komponen lain. Industri merupakan sektor kegiatan yang sangat banyak membutuhkan air. Wisatawan pun membutuhkan air yang bersih untuk memenuhi kebutuhannya seperti mandi, memasak air, dan sebagainya. Selain itu, ketersediaan sumber energi (listrik) adalah prasyarat bagi pengembangan industri seperti perhotelan, dan banyak industri rumahan yang juga tergantung pada ketersediaan listrik sehingga industri pariwisata dapat menyediakan produk yang dapat ditawarkan kepada wisatawan.

h. Pom Bensin

Selain itu, pom bensin merupakan prasarana yang penting dalam menunjang pariwisata. Keberadaan pom bensin merupakan prasarana pendukung yang dibutuhkan oleh masyarakat banyak termasuk juga wisatawan. Bagi wisatawan yang ingin berkunjung ke daerah wisata, terutama daerah wisata yang perlu ditempuh dengan kendaraan, pom bensin memegang peranan penting, sebagai tempat pengisian bensin agar perjalanan yang ditempuh oleh wisatawan dapat berjalan lancar.

i. Rumah Sakit

Fasilitas kesehatan diperlukan tidak semata-mata untuk kepentingan pariwisata, namun merupakan fasilitas umum yang harus ada di setiap daerah. Hal penting bagi para wisatawan adalah jaminan bahwa di daerah tujuan wisata yang akan dikunjunginya mereka mempunyai akses mudah ke fasilitas kesehatan. Layanan kesehatan dapat pula menjadi tambahan daya tarik suatu destinasi, seperti dikemukakan Yoeti (1985 ; 174) yakni kebijakan *Tourist Organization of Thailand (TOT)* di Bangkok yang memberi layanan kesehatan gratis pada wisatawan yang sakit. Selain jaminan layanan kesehatan, jaminan keamanan suatu destinasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi daya tarik destinasi yang bersangkutan dan merupakan hal yang penting bagi kegiatan wisata.

j. Layanan Komunikasi

Selain tergantung pada mutu jasa layanan perangkutan, kegiatan kepariwisataan tergantung pula pada mutu jasa layanan komunikasi dan informasi. Informasi lengkap dan cermat perihal daerah tujuan wisata, dan daya tarik wisata sangat diperlukan oleh para calon wisatawan. Tanpa dikomunikasikan, maka potensi daya tarik wisata di suatu daerah tujuan wisata tidak berarti apa-apa. Selain itu, dengan fasilitas komunikasi yang tersedia (antara lain : telepon, telegraf, radio, televisi, internet) para wisatawan tetap akan dapat berhubungan langsung dengan siapapun dan dari mana pun yang dikehendaki. Keadaan ini secara psikologis akan sangat berpengaruh pada ‘rasa aman’ para wisatawan di manapun berada. Radio, televisi, dan media cetak selain berperan sebagai media cetak, juga menjadi media informasi dan promosi bagi daerah tujuan wisata.

Promosi dilakukan dengan berbagai media, terutama televisi, dan media cetak (brosur, buku panduan, dan lain-lain). Selain itu, Biro perjalanan dan Agen perjalanan sangat besar peranannya dalam memasarkan suatu destinasi serta memberikan informasi yang dirangkai dalam paket-paket wisata yang ditawarkan kepada para calon wisatawan. Sumber lain yang dapat memberi keterangan adalah instansi pemerintah dan swasta, baik di dalam maupun luar negeri. (sumber : Suwardjoko dan Indira, 2007).

e. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kunci keberhasilan dalam pemasaran jasa adalah memenuhi atau melebihi pengharapan konsumen sasaran mengenai mutu atau kualitas jasa.

Pengertian kualitas menurut Goetsh dan Davis (1994) yang dikutip Tjiptono (2006 ; 51) :

“Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.”

Pengertian kualitas jasa menurut Wykof yang dikutip oleh Tjiptono (2006 ; 59), yaitu :

“Kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.”

Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu dirasakan *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan (*expected service*), maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang

diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika jasa diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

2. Faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam Pelaksanaan Pelayanan

Menurut Gosper yang dikutip dalam buku manajemen pelayanan (2005;145), faktor-faktor yang harus diperhatikan oleh suatu perusahaan dalam pelaksanaan pelayanan adalah :

- a. Ketepatan waktu pelayanan, seperti waktu tunggu dan proses pelayanan.
- b. Akurasi pelayanan, yaitu berkaitan dengan reliabilitas pelayanan dan bebas kesalahan.
- c. Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan.
- d. Tanggung jawab misalnya cara penerimaan pesanan, dan penanganan keluhan dari pelanggan eksternal.
- e. Kelengkapan, menyangkut lingkup pelayanan dan ketersediaan sarana pendukung.
- f. Kemudahan mendapatkan pelayanan, berkaitan dengan banyaknya outlet, petugas, staf administrasi, dan fasilitas pendukung.
- g. Variasi model pelayanan yaitu berkaitan dengan inovasi untuk memberikan pola-pola baru dalam pelayanan, features dari pelayanan.
- h. Pelayanan pribadi, berkaitan dengan fleksibilitas dan penanganan permintaan khusus.
- i. Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan lokasi, ruang pelayanan, dan kemudahan menjangkau pelayanan.
- j. Atribut pendukung pelayanan lainnya misalnya : lingkungan, kebersihan, ruang tunggu, fasilitas AC, tempat parkir, dan lain-lain.

3. Faktor Utama Dalam mempengaruhi Kualitas Jasa

Harapan maupun penilaian konsumen terhadap kinerja perusahaan menyangkut beberapa dimensi kualitas jasa. Terdapat lima dimensi untuk mengukur kualitas jasa menurut Parasuraman et. Al yang dikutip oleh Rambat dan Hamdani (2006 ; 182), yaitu :

a) Berwujud (*Tangible*)

Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh : gedung, gudang, dan lain-lain). Perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

b) Keandalan (*Reliability*)

Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

c) Ketanggapan (*responsiveness*)

Yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas, tidak membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negative dalam kualitas pelayanan.

d) Jaminan dan kepastian (*assurance*)

Yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapakomponen antara lain : komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).

e) Empati (*empathy*)

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Di mana suatu perusahaan diharapkan memiliki perhatian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Sedangkan menurut Parasuraman yang dikutip oleh Tjiptono (2006 ; 69), terdapat 10 faktor utama yang menentukan kualitas jasa yaitu :

a) Reliability

Mencakup dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama. Selain itu juga berarti bahwa perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang disepakati.

b) Responsiveness

Yaitu kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasanya sesuai dengan jadwal yang disepakati.

c) Competence

Setiap orang dalam suatu perusahaan memiliki ketarampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu.

d) Access

Meliputi kemudahan untuk dihubungi dan ditemui. Hal ini berarti lokasi fasilitas jasa yang mudah dijangkau, waktu menunggu yang tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi, dan lain-lain

e) Courtesy

Meliputi sikap sopan santun, respek, perhatian, dan keramahan yang dimiliki para *contact personnel* (seperti resepsionis, operator telepon, dan lain-lain).

f) Communication

Memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.

g) Credibility

Sifat jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitas mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakteristik pribadi contact personnel, dan interaksi dengan pelanggan.

h) Security

Aman dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan. Aspek ini meliputi keamanan secara fisik (*physical safety*), keamanan financial (*financial security*), dan kerahasiaan (*confidentiality*).

i) Understanding/knowing the Customer

Kebutuhan pelanggan merupakan fokus yang harus dipenuhi dalam pemasaran. Mulai dari desain produk, penentuan harga, hingga saluran distribusi, semua dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Tujuannya adalah

kepuasan pelanggan, yang ujung-ujungnya adalah untuk mendapatkan loyal customer.

j) Tangibles

Bukti fisik dari jasa, bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang dipergunakan, representasi fisik dari jasa (misalnya kartu kredit plastik). Apabila kelima elemen tersebut diperhatikan, diharapkan akan memberikan kepuasan kepada konsumen. Kepuasan adalah fungsi dari *perceived performance* dan *expectation*.

$$S = f(E.P)$$

S = Satisfaction

E = Expectation

P = Product Perceived Performance

Jika jasa atau barang yang dibeli sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen, maka akan terdapat kepuasan dan sebaliknya akan timbul rasa kecewa. Bila kenikmatan yang diperoleh konsumen melebihi harapannya, maka konsumen betul-betul puas, mereka akan mengacungkan jempol, dan mereka akan mengadakan pembelian ulang serta member rekomendasi produk kepada rekan-rekannya.

Sebuah perusahaan jasa dapat memenangkan persaingan dengan menyampaikan secara konsisten layanan yang bermutu tinggi dibandingkan para pesaingnya dan yang lebih tinggi daripada harapan pelanggan. Harapan itu dibentuk dari pengalaman masa lalu, pembicaraan dari mulut ke mulut, dan iklan perusahaan jasa. Setelah menerima jasa itu, pelanggan membandingkan jasa yang dialami dengan jasa yang diharapkan. Dalam penyampaian jasa kepada

konsumen, seringkali terdapat kesenjangan antara perusahaan dan pelanggan, karena perbedaan persepsi mereka tentang wujud pelayanan.

Menurut Rambat (2006 ; 184), lima kesenjangan yang menyebabkan adanya perbedaan persepsi mengenai kualitas jasa, yaitu sebagai berikut :

1. Kesenjangan persepsi manajemen

Adanya perbedaan antara penilaian pelayanan menurut pengguna jasa dan persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa. Kesenjangan ini terjadi karena kurangnya orientasi penelitian pemasaran, pemanfaatan yang tidak memadai atas temuan penelitian, kurangnya interaksi antara pihak manajemen dengan pelanggan, komunikasi dari bawah ke atas yang kurang memadai, serta terlalu banyaknya tingkatan manajemen.

2. Kesenjangan apesifikasi kualitas

Kesenjangan antara persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa dan spesifikasi kualitas jasa. Kesenjangan terjadi antara lain karena tidak memadainya komitmen manajemen terhadap kualitas jasa, persepsi mengenai ketidaklayakan, tidak memadainya standardisasi tugas, dan tidak adanya penyusunan tujuan.

3. Kesenjangan penyampaian jasa

Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa.

Kesenjangan ini terutama disebabkan oleh faktor-faktor :

- a) Ambiguitas peran, yaitu sejauh mana karyawan dapat melakukan tugas sesuai dengan harapan manajer tetapi memuaskan pelanggan.
- b) Konflik peran, yaitu sejauh mana karyawan meyakini bahwa mereka tidak memuaskan semua pihak.
- c) Kesesuaian karyawan dengan tugas yang harus dikerjakannya.
- d) Kesesuaian teknologi yang digunakan oleh karyawan.

- e) Sistem pengendalian dari atasan, yaitu tidak memadaiinya system penilaian dan sistem imbalan.
- f) Kontrol yang diterima, yaitu sejauh mana karyawan merasakan kebebasan atau fleksibilitas untuk menentukan cara pelayanan.
- g) Kerja tim, sejauh mana karyawan dan manajemen merumuskan tujuan bersama di dalam memuaskan pelanggan secara bersama-sama dan terpadu.

4. Kesenjangan komunikasi pemasaran

Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Harapan pelanggan mengenai kualitas jasa dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat oleh perusahaan melalui komunikasi pemasaran. Kesenjangan ini terjadi karena :

- a) Tidak memadainya komunikasi horizontal
- b) Kecenderungan memberikan janji yang berlebihan.

5. Kesenjangan dalam pelayanan yang dirasakan

Perbedaan persepsi antara jasa yang dirasakan dan yang diharapkan oleh pelanggan. Jika keduanya terbukti sama, maka perusahaan akan memperoleh citra dan dampak positif. Namun bila yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kesenjangan ini akan menimbulkan permasalahan bagi perusahaan.

4. Strategi Meningkatkan Kualitas Jasa

Menurut Tjiptono (2004 ; 88) ada beberapa cara yang harus dilakukan untuk meningkatkan kualitas jasa, yaitu :

- a. Mengidentifikasi determinan utama kualitas jasa

Setiap perusahaan jasa perlu berupaya memberikan kualitas yang terbaik kepada pelanggannya. Untuk itu dibutuhkan identifikasi determinan utama kualitas jasa dari sudut pandang pelanggan. Oleh karena itu, langkah pertama yang dilakukan adalah melakukan riset untuk mengidentifikasi determinan jasa yang paling penting bagi pasar sasaran. Langkah berikutnya adalah

memperkirakan penilaian yang diberikan pasar sasaran terhadap perusahaan dan pesaing berdasarkan determinan-determinan tersebut.

b. Mengelola harapan pelanggan

Semakin banyak janji yang diberikan perusahaan, maka semakin besar pula harapan pelanggan (bahkan bisa menjurus menjadi tidak realistis) yang pada gilirannya akan menambah peluang tidak dapat terpenuhinya harapan pelanggan oleh perusahaan. Untuk itu ada suatu hal yang dapat dijadikan pedoman, yaitu : “Jangan janjikan apa yang tidak bisa diberikan, tetapi berikan lebih dari yang dijanjikan.”

c. Mengelola bukti (*evidence*) kualitas jasa

Pengelolaan bukti kualitas jasa bertujuan untuk memperkuat persepsi pelanggan selama dan sesudah jasa diberikan. Oleh karena jasa merupakan kinerja dan tidak dapat dirasakan sebagaimana halnya barang, maka pelanggan cenderung memperhatikan fakta-fakta *tangibles* yang berkaitan dengan jasa sebagai bukti kualitas.

d. Mendidik konsumen tentang jasa

Membantu pelanggan dalam memahami suatu jasa merupakan upaya yang sangat positif dalam rangka menyampaikan kualitas jasa. Pelanggan yang lebih ‘terdidik’ akan dapat mengambil keputusan secara lebih baik.

e. Mengembangkan budaya kualitas

Budaya kualitas merupakan system nilai organisasi yang menghasilkan lingkungan yang kondusif bagi pembentukan dan penyemournaan kualitas secara terus menerus. Budaya kualitas terdiri dari filosofi, keyakinan, sikap, norma, nilai

tradisi, prosedur, dan harapan yang meningkatkan kualitas. Agar dapat tercipta budaya kualitas yang baik, dibutuhkan komitmen menyeluruh pada seluruh anggota organisasi.

f. Menciptakan automating quality

Adanya otomatisasi dapat mengatasi variabilitas kualitas jasa yang disebabkan kurangnya sumber daya manusia yang dimiliki. Meskipun demikian, sebelum memutuskan akan melakukan otomatisasi, perusahaan perlu melakukan penelitian secara seksama untuk menentukan bagian yang membutuhkan sentuhan manusia dan bagian yang memerlukan otomatisasi.

g. Menindaklanjuti jasa

Menindaklanjuti jasa dapat membantu memisahkan aspek-aspek jasa yang perlu ditingkatkan. Perusahaan perlu mengambil inisiatif untuk menghubungi sebagian atau semua pelanggan untuk mengetahui tingkat kepuasan dan persepsi mereka terhadap jasa yang diberikan. Perusahaan dapat pula memberikan kemudahan bagi para pelanggan untuk berkomunikasi, baik menyangkut kebutuhan maupun keluhan mereka.

h. Mengembangkan sistem informasi kualitas jasa

Sistem informasi kualitas jasa merupakan suatu system yang menggunakan berbagai macam pendekatan riset secara sistematis untuk mengumpulkan dan menyebarluaskan informasi dan kualitas jasa guna mendukung pengambilan keputusan. Informasi yang dibutuhkan mencakup segala aspek yaitu data saat ini dan masa lalu, kuantitatif dan kualitatif, internal dan eksternal, serta informasi mengenai perusahaan dan pelanggan.

Sedangkan menurut Djaslim Saladin (2003 ; 139), ada sepuluh faktor dalam *service quality*, yaitu :

- a. Kesiapan sarana jasa (*access*)
- b. Komunikasi harus baik (*communication*)
- c. Karyawan harus terampil (*competence*)
- d. Hubungan baik dengan konsumen (*courtesy*)
- e. Perusahaan dan karyawan harus berorientasi pada konsumen (*credibility*)
- f. Harus konsisten dan cermat (*responsiveness*)
- g. Cepat tanggap (*responsiveness*)
- h. Harus bisa dilihat (*tangibles*)
- i. Memahami keinginan konsumen (*understanding knowing the customer*)

f. Kepuasan Wisatawan

1. Pengertian Kepuasan Wisatawan

Menurut Djaslim Saladin (2003 ; 9), pengertian kepuasan pelanggan adalah:

“Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya”

Menurut Day yang dikutip oleh Tjiptono (2006 ; 146) menyatakan bahwa:

“Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja *actual* produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.”

Berdasarkan definisi tersebut, disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan yang dirasakan setelah mengkonsumsi jasa dengan membandingkan harapan pelanggan dengan kenyataan yang dirasakan pelanggan terhadap suatu jasa.

2. Pentingnya Kepuasan Wisatawan

Pelanggan harus mendapatkan kepuasan yang berkesinambungan agar nantinya pelanggan tersebut bersedia untuk melakukan pembelian ulang (*repeat buying*), dan akan memperkenalkan produk/jasa perusahaan kepada orang lain (*recommendation*). Hal tersebut dapat menghasilkan profit jangka panjang bagi perusahaan, tetapi hanya akan terjadi apabila pelanggan merasa mendapatkan nilai (*value*) dari setiap melakukan transaksi dengan perusahaan.

Menurut Kotler (2005 : 68) definisi nilai pelanggan adalah :

“Nilai yang diterima pelanggan adalah selisih antara jumlah nilai pelanggan dan biaya total pelanggan. Jumlah nilai bagi pelanggan adalah kumpulan pengorbanan yang diperkirakan pelanggan akan terjadi dalam mengevaluasi, memperoleh, dan menggunakan produk/jasa tersebut.”

Berdasarkan hal tersebut, Kotler (2005 ; 48) berpendapat bahwa pelanggan yang sangat puas akan :

- Menjadi lebih setia
- Membeli lebih banyak jika perusahaan memperkenalkan produk baru dan menyempurnakan produk yang sudah ada
- Memberikan komentar yang menguntungkan tentang perusahaan dan produknya
- Kurang memberikan perhatian pada merek dan iklan pesaing
- Memberikan gagasan produk/jasa kepada perusahaan.
- Membutuhkan biaya pelayanan yang lebih kecil daripada pelanggan baru karena transaksi menjadi rutin.

Pelanggan yang merasa puas atas kualitas pelayanan yang dihasilkan perusahaan akan memperlihatkan sikap purna pembelian (*post-purchase action*) yang menguntungkan. Sebaliknya, konsumen yang tidak puas akan memperlihatkan sikap purna pembelian yang kurang menguntungkan. Konsumen tersebut kurang berminat atau bahkan sama sekali tidak berminat untuk

melakukan pembelian ulang dan melakukan rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang bersifat negatif.

Pelanggan yang tidak puas akan bereaksi dengan tindakan yang berbeda. Berkaitan dengan hal ini, maka menurut Singh, yang dikutip Fandy tjiptono (2002 : 78), ada empat tipe respon pelanggan terhadap ketidakpuasan, yaitu :

a. *Passive* (14%)

Pelanggan jarang ambil tindakan bila merasa tidak puas, mereka merasa ada manfaat sosial dari komplain. Lagipula, norma pribadi mereka tidak mendukung aktivitas complain.

b. *Voices* (37%)

Pelanggan jarang melakukan *private* atau *public action*. Sebaliknya, mereka memilih melakukan *direct action*, misalnya complain langsung ke perusahaan atau penyedia jasa yang bersangkutan. Mereka yakin bahwa *direct action* akan memberikan manfaat sosial dan norma pribadi mereka mendukung hal itu.

c. *Irates* (21%)

Pelanggan melakukan *private action* di atas tingkat rata-rata dan *direct action* dengan tingkat rata-rata, namun *public action* dengan tingkat yang rendah. Mereka meyakini bahwa complain memiliki manfaat sosial dan norma mereka mendukungnya.

d. *Activitists* (28%)

Pelanggan lebih besar kemungkinannya melakukan *private*, *direct*, dan khususnya *public action*. Mereka sangat yakin bahwa complain memiliki manfaat sosial dan norma mereka mendukungnya.

3. Teknik Pengukuran Kepuasan Wisatawan

Kotler dan Keller dalam bukunya Manajemen Pemasaran (2007 ; 137), menyebutkan beberapa cara untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

a. Sistem keluhan dan saran (*suggestion and recommended*)

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang dapat digunakan berupa kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati pelanggan), menyediakan kartu komentar (yang bisa diisi langsung atau dikirim via pos kepada perusahaan), menyediakan saluran telepon khusus (customer hot lines), dan lain-lain.

b. Survei periodik (*periodic survey*)

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga sekaligus member tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

c. Pembeli misterius (*mystery shoppers*)

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (ghost shopper) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan atau pesaing. Lalu ghost shopper tersebut menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

d. Analisa konsumen yang hilang (*costumer loss rate*)

Metode ini sedikit unik. Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok. Yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas.

4. Faktor-faktor Timbulnya Ketidakpuasan Pelanggan

Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan pelanggan setelah terjadi proses pembelian. Apabila pelanggan merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk membeli kembali produk yang sama. Pelanggan yang puas juga cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain. Tidak demikian dengan seorang pelanggan yang tidak puas. Pelanggan yang tidak puas dapat melakukan tindakan pengembalian produk, atau secara ekstrim bahkan dapat mengajukan gugatan terhadap perusahaan. Tentu banyak sebab-sebab timbulnya ketidakpuasan

tersebut, menurut Buchari Alma (2004 ; 286) munculnya rasa tidak puas terhadap sesuatu antara lain :

- a. Tidak sesuai harapan dengan kenyataan
- b. Layanan selama proses menikmati jasa tidak memuaskan
- c. Perilaku personel kurang memuaskan
- d. Suasana dan kondisi fisik lingkungan tidak menunjang
- e. Cost terlalu tinggi, karena jarak terlalu jauh, banyak waktu terbuang dan harga tidak sesuai
- f. Promosi/iklan terlalu muluk, tidak sesuai dengan kenyataan.

5. Strategi Kepuasan Konsumen

Ada beberapa strategi untuk memnuhi kepuasan konsumen, menurut Tjiptono (2004 ; 161) strategi kepuasan konsumen adalah sebagai berikut :

a. Relationship Marketing Strategy

Dalam strategi ini, hubungan transaksi antara penyedia jasa dan pelanggan berkelanjutan, tidak berakhir setelah penjualan selesai. Dengan kata lain, dijalin suatu kemitraan jangka panjang dengan pelanggan secara terus menerus sehingga diharapkan dapat terjadi bisnis ulangan.

b. Strategy Superior Customer Service

Strategi ini berusaha menawarkan pelayanan yang lebih unggul daripada para pesaing. Hal ini membutuhkan dana yang besar. Untuk mewujudkannya dibutuhkan dana yang besar, kemampuan sumber daya manusia, dan usaha gigih.

c. Strategy Unconditional Guarantees

Strategi ini berintikan komitmen untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan yang pada gilirannya akan menjadi sumber dinamisme penyempurnaan kualitas jasa dan kinerja perusahaan. Selain itu juga akan meningkatkan motivasi

para karyawan untuk mencari tingkat kinerja yang lebih baik daripada sebelumnya.

d. Strategi Penanganan Keluhan Yang Efisien

Penanganan keluhan yang baik memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan yang puas (atau bahkan pelanggan ‘abadi’)

6. Hubungan antara Sarana dan Prasarana Pariwisata Terhadap Kepuasan Wisatawan

Sarana kepariwisataan adalah perusahaan-perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan, baik secara langsung maupun tidak langsung dan hidup serta kehidupannya tergantung pada kedatangan wisatawan. Sedangkan prasarana kepariwisataan adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang sehingga dapat memberikan pelayanan untuk memuaskan kebutuhan wisatawan yang beraneka ragam.

Prasarana wisata juga merupakan prasarana umum artinya tidak khusus digunakan hanya bagi kepentingan pariwisata. Ketersediaan prasarana dan sarana akan memperkuat daya tarik DTW yang bersangkutan. Selain itu, ketersediaan sarana dan prasarana wisata merupakan hal yang penting bagi wisatawan yang berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata. Dengan adanya sarana wisata (seperti perhotelan, rumah makan, dan lain-lain) dan prasarana wisata (seperti jalan raya, terminal, transportasi, dan lainnya) akan memberikan kenyamanan untuk tinggal lebih lama dan memberikan kepuasan bagi wisatawan dalam berwisata di daerah tersebut. Kepuasan wisatawan dapat memberikan manfaat bagi daerah tujuan

wisata atau objek wisata antara lain berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan (melalui pembelian ulang/kunjungan ulang), menekan biaya transaksi pelanggan/wisatawan di masa depan (terutama biaya komunikasi, penjualan, dan layanan pelanggan). Namun untuk mengetahui apakah wisatawan sudah merasa puas atau belum tidaklah mudah, terutama dalam industri jasa pariwisata, karena sifat jasa yang hanya dapat dikonsumsi tetapi tidak dapat dimiliki. Untuk mengetahui kepuasan wisatawan terhadap sarana dan prasarana wisata, maka perlu menilai kualitas pelayanan sarana dan prasarana wisata, dan membandingkan kinerja produk atau jasa pada berbagai dimensi kualitas pelayanan dengan harapan/ekspektasi wisatawan. Apabila kinerja sarana dan prasarana wisata sama dengan atau lebih besar dari harapan wisatawan, itu artinya wisatawan merasa puas. Bila kinerja sarana dan prasarana wisata kurang dari harapan wisatawan, itu artinya wisatawan merasa tidak puas. Ketidakpuasan ini perlu dicari sumber masalahnya dan penanganan yang tepat.

B. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, senantiasa peneliti mengacu ke beberapa sumber sebagai bahan referensi. Berdasarkan pembahasan sebelumnya tentang Pengaruh Sarana dan Prasarana Pariwisata terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Permandian Alam Air Panas Lejja. Penulis mengangkat penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang telah dirangkum pada tabel 2 di bawah ini :

Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu

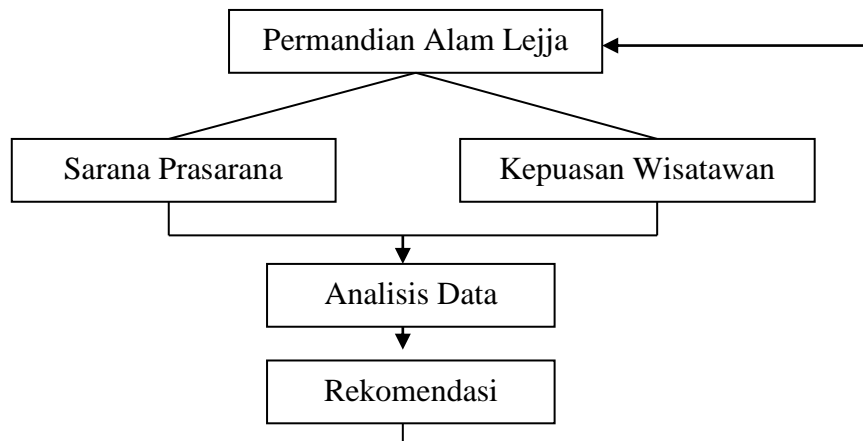
No	Penulis	Judul	Variabel	Hasil
1	Delliana Septiani, 2010	Pengaruh Sarana dan Prasarana Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan	Sarana prasarana, kepuasan wisatawan	Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel sarana dan prasarana terhadap kepuasan wisatawan di Kota Bandung.
2	Suchaina 2014.	Pengaruh Kualitas Fasilitas Sarana Dan Prasarana Terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung Wisata Danau Ranu Grati	Fasilitas Sarana Dan Prasarana, Jumlah Pengunjung Wisata.	Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas fasilitas sarana dan prasarana terhadap peningkatan jumlah pengunjung Wisata Danau Ranu Grati
3	Rosita , Sri Marhanah, Woro Hanoum Wahadi 2016.	Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta	Fasilitas Wisata, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pengunjung.	Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: terdapat pengaruh yang signifikan antara fasilitas wisata dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta.
4	Silzia Juniva, Silfeni, Hijriyantomi Suyuthie (2016)	Pengaruh Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Objek Wisata	Sarana wisata dan kepuasan pengunjung.	Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara sarana wisata

Ngalau Indah Kota Payakumbuh.	terhadap kepuasan pengunjung di Objek Wisata
-------------------------------------	--

C. Kerangka Pikir

Permandian Alam Lejja yang merupakan salah satu tempat wisata yang pengunjungnya tinggi dan paling diminati, baik di wilayah Kabupaten Soppeng maupun diluar wilayah Kabupaten Soppeng.

Berdasarkan uraian di atas, maka kerangka pemikiran penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.1
Skema Kerangka Pemikiran

D. Hipotesis

Menurut Frankel dan Wallen (Zainal Arifin:2011) Hipotesis merupakan prediksi mengenai kemungkinan hasil dari suatu penelitian. Hipotesis ini dimaksudkan untuk member arah bagi analisis penelitian. Hipotesis pada penelitian ini adalah :

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel sarana prasarana pariwisata terhadap kepuasan wisatawan di objek wisata alam Lejja Kabupaten Soppeng.

H_1 : Terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel sarana prasarana terhadap kepuasan wisatawan di objek wisata alam Lejja Kabupaten Soppeng.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Menurut Kerlinger dalam buku Yusuf Muri (2014:25) menyatakan “bahwa penelitian yang bersifat ilmiah merupakan suatu kegiatan penyelidikan yang sistematis, terkendali/terkontrol, dan bersifat empiris dan kritis mengenai sifat atau proporsi tentang hubungan yang diduga terdapat diantara fenomena yang diselidiki”.

Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, jenis penelitian pengumpulan data dan analisis datanya menggunakan angka kuantitatif. Menurut Lehman dalam buku Yusuf Muri (2014:62) “penelitian kuantitatif deskriptif adalah salah satu jenis penelitian yang bertujuan mendeskripsikan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi tertentu, atau mencoba menggambarkan fenomena secara detail.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Sarana Prasarana Pariwisata terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Permandian Alam Lejja di Kabupaten Soppeng” dilaksanakan di Kabupaten Soppeng pada bulan Mei-Juli 2019.

C. Variabel dan Desain Penelitian

1. Variabel Penelitian

Pada dasarnya variabel penelitian adalah “segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”.

Kerlinger (1973) dalam Sugiono menyatakan bahwa “variabel adalah konstruk (constructs) atau sifat yang akan dipelajari. Contoh misalnya, tingkat aspirasi, penghasilan, pendidikan, status sosial, jenis kelamin, golongan gaji, produktivitas kinerja, dan lain-lain”. Dibagian lain Kerlinger menyatakan bahwa variabel dapat dikatakan sebagai suatu sifat yang diambil dari suatu nilai yang berbeda. Dengan demikian variabel itu merupakan sesuatu yang bervariasi”. Selanjutnya Kidder (1981), menyatakan bahwa “variabel adalah suatu kualitas dimana peneliti mempelajari dan menarik kesimpulan darinya”.

Berdasarkan pengertian-pengertian diatas dapat dirumuskan bahwa “variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

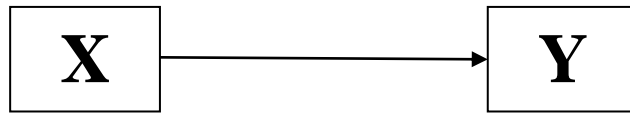
Dalam suatu penelitian, variabel merupakan objek penelitian atau apa yang menjadi perhatian penelitian. Maka variabel-variabel penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini terdiri bebas (*independen variabel*) dan variabel terikat (*dependen variabel*). Sehingga dalam penelitian ini yang menjadi variabel adalah sarana prasarana sebagai variabel bebas (X) dan kepuasan wisatawan (Y).

2. Desain Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian ini merupakan penelitian yang mengkaji tentang pengaruh sarana prasarana pariwisata terhadap kepuasan wisatawan.

Untuk memudahkan mengetahui proses pengambilan data yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dibuatkan desain penelitian sebagai acuan dalam

pengambilan data. Adapun desain penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



2.2 Skema, Kerangka Desain Penelitian.

Keterangan:

X= Sarana Prasarana

Y= Kepuasan Wisatawan

D. Definisi Operasional Variabel Dan Pengukuran Variabel

1. Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini mengkaji dua variabel, yaitu variabel X adalah pengaruh sarana prasarana dan variabel Y adalah kepuasan wisatawan. Kedua variabel penelitian tersebut dioperasionalkan sebagai berikut:

- a. Kabupaten Soppeng memiliki objek wisata Alam Lejja yang objek wisata ini memiliki manfaat yang sangat berarti untuk masyarakat. Khususnya bagi masyarakat yang tinggal disekitar objek wisata Alam Lejja. Objek wisata ini dimanfaatkan sebagai tempat penghasilan oleh sebagian masyarakat setempat sebagai tempat berjualan. Namun dengan kurang terbenahnya sarana prasarana yang ada pada wisata Alam Lejja sehingga membuat pengunjung merasa tidak puas dengan sarana prasarana tersebut. Kini sarana prasarana objek wisata Lejja pun tidak berfungsi salah satunya yaitu papan seluncuran.
- b. Kepuasan wisatawan/pengunjung pada objek wisata lejja menjadi kurang yang diakibatkan dengan sarana prasarana yang kurang baik, dimana

kurangnya kesadaran pihak pengelola untuk melakukan pembenahan terhadap objek wisata alam lejja.

2. Pengukuran Variabel

Untuk mengukur variabel penelitian ini maka digunakan instrument berupa angket yang diajukan kepada responden dengan menggunakan skala likert.

Sugiono mengatakan bahwa “skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomena sosial.

Siregar Syofian mengatakan bahwa dengan menggunakan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan dari variabel menjadi dimensi, dari dimensi dijabarkan menjadi indikator, dan dari indikator dijabarkan menjadi sub-indikator yang dapat diukur. Akhirnya sub-indikator dapat dijadikan tolak ukur untuk membuat suatu pernyataan/pertanyaan yang perlu dijawab oleh responden.

Skala Likert memiliki dua bentuk pernyataan, yaitu: pernyataan positif dan negatif. Pernyataan positif diberi skor 5, 4, 3, 2, dan 1; sedangkan bentuk pernyataan negative diberi skor 1, 2, 3, 4, dan 5. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberikan skor.

Pernyataan positif

- | | |
|------------------------------|----------|
| 1) Sangat Setuju (SS) | = Skor 5 |
| 2) Setuju (S) | = Skor 4 |
| 3) Ragu-ragu/netral (N) | = Skor 3 |
| 4) Tidak Setuju (TS) | = Skor 2 |
| 5) Sangat Tidak Setuju (STS) | = Skor 1 |

Pernyataan Negatif

- | | |
|------------------------------|----------|
| 1) Sangat Setuju (SS) | = 1 Skor |
| 2) Setuju (S) | = 2 Skor |
| 3) Netral (N) | = 3 Skor |
| 4) Tidak Setuju (TS) | = 2 Skor |
| 5) Sangat Tidak Setuju (STS) | = 1 Skor |

Berpedoman dari pendapat diatas, maka untuk menentukan kategori pada pengaruh sarana prasarana terhadap kepuasan wisatawan, peneliti memilih standar pengukuran yaitu 84-99 dikategorikan cukup baik, 68-83 dikategorikan baik, 52-67 dikategorikan cukup baik, 36-51 dikategorikan kurang baik, 20-35 dikategorikan tidak baik.

Adapun indikator variabel dapat dilihat pada Tabel , sebagai berikut :

Tabel 1.3 Indikator Variabel

Variabel	Indikator	Skala
Sarana Prasarana Pariwisata (X)	• Akses yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk mencapai daerah tujuan wisata	Rasio
	• Alat transportasi	
	• Fasilitas keamanan, keuangan, kesehatan, pusat informasi.	
	• Fasilitas pendukung demi kelancaran kegiatan pariwisata.	
Kepuasan Wisatawan (Y)	• Kesesuaian harapan	Rasio
	• Minat kunjungan kembali	
	• Ketersediaan merekomendasikan	

Sumber: Agusbushro et al (2014:122), Ridwan (2012:67), Tjiptono (2004)

E. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakter tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi merupakan seluruh data yang menjadi perhatian, dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang ditentukan”. Jadi populasi adalah keseluruhan subyek penelitian.

Populasi atau jumlah pengunjung dalam penelitian ini adalah seluruh jumlah pengunjung tahun 2017 yaitu sebanyak 115.487 jiwa/orang. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung objek wisata permandian Alam Lejja Kabupaten Soppeng. (*Sumber: Data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Soppeng Tahun 2017*).

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili).

Berdasarkan dari populasi yang ada, maka penulis melakukan penarikan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan teknik sampel *Convenience Sampling* (sampel yang diambil oleh orang-orang yang ditemui saja).

Teknik *convenience sampling* adalah pengambilan sampel didasarkan pada ketersediaan elemen atau kemudahan untuk mendapatkannya. Sampel diambil/terpilih karena sampel tersebut ada pada tempat dan waktu yang tepat. Cara ini nyaris tidak dapat diandalkan, tapi paling murah dan cepat dilakukan karena peneliti memiliki kebebasan untuk memilih siapa saja yang mereka temui. Penarikan sampel ini bermanfaat penggunaannya pada tahap awal penelitian eksploratif yang ditujukan untuk mencari petunjuk awal tentang suatu kondisi yang menarik perhatian. Hasil yang diperoleh

dengan cara ini seringkali dapat menyediakan bukti-bukti yang cukup melimpah sehingga terkadang pengambilan sampel yang lebih canggih tidak diperlukan lagi.

Menurut Tjiptono (2001 : 89), *convenience sampling* atau *Accidental Sampling* adalah prosedur sampling yang memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai atau diakses.

Maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

$$n = \frac{115.487}{1 + (115.487 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{115.487}{1 + 1.154,9}$$

$$n = \frac{115.487}{1.155,9} = 99 \text{ orang}$$

Dimana :

n : Sampel

N : Populasi

e : Tingkat Kesalahan 10%

Jadi, besar sampel dalam penelitian ini sebanyak 99 orang, dari jumlah keseluruhan pengunjung pada tahun 2017.

F. Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini ada beberapa cara yang penulis akan lakukan dalam pengumpulan data, sebagai berikut:

1. Observasi

Teknik observasi adalah pengamatan yang dilakukan oleh penelitian dengan cara langsung mendatangi lokasi penelitian. Penulis mengadakan observasi atau

pengamatan dan pencatatan secara tidak langsung kepada obyek penelitian. Metode observasi ini digunakan untuk memperoleh data tentang kondisi masyarakat sekitar.

2. Angket

Angket yaitu pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden, dalam hal ini angket diberikan pada wisatawan sebagai responden untuk mengetahui berdampak pada kepuasan wisatawan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu pengumpulan data berupa informasi mengenai kepuasan wisatawan melalui angket yang diisi wisatawan. Dokumentasi dilakukan untuk mengetahui data pengunjung yang pernah mengunjungi objek wisata permandian alam lejja.

G. Teknik Pengujian Instrumen

Pengujian instrument dilakukan guna mengetahui apakah alat yang dipakai layak digunakan atau tidak dalam penelitian.

1. Uji Validasi

Validasi adalah suatu derajat ketetapan instrument (alat ukur) maksudnya apakah instrument yang digunakan betul-betul tepat untuk apa yang akan diukur (Menurut Zainal Arifin, 2011). Menurut Anas Sudijono (1995), Uji validitas menggunakan Teknik korelasi product moment dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

r	:	Nilai Korelasi
$\sum x$:	Jumlah skor keseluruhan item pertanyaan x
$\sum y$:	Jumlah skor keseluruhan item pertanyaan y
$\sum xy$:	Jumlah skor hasil kali pertanyaan x dan item pertanyaan y
$\sum x^2$:	Jumlah skor keseluruhan untuk item pertanyaan x yang telah dikuadratkan
$\sum y^2$:	Jumlah skor keseluruhan untuk item pertanyaan y yang telah dikuadratkan.

Untuk menentukan apakah instrument valid atau tidak maka digunakan ketentuan sebagai berikut :

- a) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan taraf keyakinan 95% maka instrument tersebut dinyatakan valid.
- b) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan taraf keyakinan 95% maka instrument tersebut dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya, sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya bila dilakukan pengukuran pada waktu yang berbeda pada kelompok subjek yang sama diperoleh hasil relatif sama asalkan aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah, tinggi/rendahnya reliabilitas secara empirik ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut nilai koefisien reliabilitas (Anas Sudijono, 1995). Reliabilitas yang tinggi ditunjukkan dengan nilai 1.00, reliabilitas yang dianggap sudah cukup memuaskan atau tinggi adalah $\geq 0,70$.

Reliabilitas dapat dihitung dengan menggunakan rumus alpha, rumus tersebut adalah :

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) - \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

di mana:

- r_{11} = Koefisien reliabilitastes.
 n = Banyaknya butir item yang dikeluarkan dalam tes
 1 = Bilangan konstan
 $\sum S_i^2$ = Jumlah varian skor dari tiap-tiap butir item.
 S_t^2 = Variantotal

$\sum S_i^2$ diperoleh dengan menggunakan rumus di bawah. Misalkan tes uraian yang akan ditentukan reliabilitasnya terdiri atas 5 item.

Rumus $\Sigma S_i^2 = S_{i_1}^2 + S_{i_2}^2 + S_{i_3}^2 + S_{i_4}^2 + S_{i_5}^2$

$$S_{i_1}^2 = \frac{\sum X_{i_1}^2 - \frac{(\sum X_{i_1})^2}{N}}{N}$$

$$S_{i_2}^2 = \frac{\sum X_{i_2}^2 - \frac{(\sum X_{i_2})^2}{N}}{N}, \text{ dst...}$$

H. Teknik Analisis Data

Kegiatan yang cukup penting dalam keseluruhan proses penelitian adalah pengolahan data. Dengan pengolahan data dapat diketahui tentang makna dari data yang berhasil dikumpulkan sehingga hasil penelitian akan segera diketahui.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif dan teknik analisis inferensial yang bertujuan untuk mengkaji variabel penelitian.

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Uji Multiklonieritas

Uji Multikloneritas bertujuan untuk mengujinmenguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Persyaratan yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolineritas. Ada beberapa metode pengujian yang bisa digunakan mengetahui ada tidaknya multikolinearitas yaitu:

- 1) Dengan melihat nilai Varians Infaction Factor (VIF) pada modelregresi.
- 2) Dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual (r^2) dengan nilai determinasi secara serentak (R^2) .
- 3) Dengan melihat nilai eigenvalue dan conditionindex.

b) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berkontribusi secara normal, mendekati normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan dengan berdasarkan probabilitas,yaitu:

- 1) Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari populasinormal
- 2) Jika probabilitas $< 0,05$ maka populasi tidak distribusi dengannormal.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke

pengamatan yang lain. Jika variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas atau yang terjadi Heteroskedastisitas kebanyakan data cross section mengandung situasi Heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar). Cara menganalisis asumsi Heteroskedastisitas dengan melihat grafik scatter plot dimana : Jika penyebaran data pada scatter plot teratur dan membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka dapat disimpulkan terjadi problem Heteroskedastisitas. Jika penyebaran data pada scatter plot tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka dapat disimpulkan terjadi problem Heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear digunakan untuk mengetahui Pengaruh Sarana Prasarana Pariwisata terhadap Kepuasan Wisatawan. Dalam rumus analisis regresi sederhana adalah:

$$Y' = a + b X$$

Y' = Nilai yang diprediksikan

a = Konstanta atau bila harga $X = 0$

B = Koefisien regresi

X = Nilai Variabel independen

Kriteria pengujian adalah bilamana F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} pada uji taraf signifikan 5% maka H_0 ditolak atau H_1 diterima yang menyatakan bahwa sarana prasarana pariwisata memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan,

maka perlu pengujian lanjutan, begitupula sebaliknya apabila F_{hitung} lebih kecil F_{tabel} pada taraf signifikan 5% maka H_0 atau H_1 ditolak yang menyatakan sarana prasarana pariwisata tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan.

3. Pengujian Hipotesis

Uji t (Partial Individual Test)

Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dari variabel sarana prasarana pariwisata (X) terhadap kepuasan wisatawan (Y), maka digunakan uji t . Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel sarana prasaran terhadap kepuasan wisatawan di objek wisata alam lejja Kabupaten Soppeng.

H_1 : Terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel Sarana Prasaran terhadap Kepuasan Wisatawan di objek wisata alam lejja Kabupaten Soppeng.

4. Analisis Korelasi *Product Moment*

Digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan yang signifikan antara variabel X dan variabel Y, rumus korelasi yang digunakan:

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

dimana:

r_{xy} = Koefisien korelasi

x = Nilai variabel X

y = Nilai variabel Y

selanjutnya pengujian koefisien dengan menguji hipotesis, yaitu $H_0 : p = 0$ lawan $H_1 \neq 0$. Kriteria pengujian adalah terdapat hubungan jika nilai r hitung lebih

besar daripada nilai r tabel pada sampel (N) tertentu pada taraf signifikan 5% demikian pula sebaliknya.

Untuk mengetahui besarnya hubungan antara kedua variabel, maka digunakan patokan interpretasi sebagai berikut:

Tabel 1.4 : Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sedangkan derajat kesalahan atau derajat bebas untuk menguji F tersebut pada $\alpha = 0,05$ persen.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1) Kabupaten Soppeng

Sebagai daerah penelitian dalam penelitian ini, Kabupaten Soppeng merupakan salah satu daerah di Provinsi Sulawesi Selatan yang terletak diantara $4^{\circ} 06' 00''$ - $4^{\circ} 32' 00''$ Lintang Selatan dan antara $119^{\circ} 47' 18''$ - $120^{\circ} 06' 13''$ Bujur Timur dan berada sekitar 180 km di sebelah utara Kota Makassar (Ibukota Provinsi Sulawesi Selatan). Adapun batas wilayah Kabupaten Soppeng terdiri atas:

- Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Sidenreng Rappang dan Wajo.
- Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Wajo dan Bone.
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Bone.
- Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Barru.

Secara administratif Kabupaten Soppeng terbagi atas 8 Kecamatan, 21 Kelurahan, 49 Desa, 43 Lingkungan, 125 Dusun, 445 Rukun Kampung, dan 1.191 Rukun Tetangga. Luas wilayah Kabupaten Soppeng tercatat 1.500 Km² dengan jumlah penduduk 226.116 jiwa.

Kabupaten Soppeng merupakan daerah dataran dan perbukitan, dengan luas dataran 700 Km² berada pada ketinggian rata-rata kurang lebih 60 M diatas permukaan laut dan perbukitan yang luasnya 800 Km berada pada ketinggian

rata-rata 200 M diatas permukaan laut. Ibukota Watansoppeng yaitu Kota Watansoppeng berada pada ketinggian 120 M diatas permukaan laut.

2) Objek Wisata Permandian Alam Lejja

Permandian Alam Lejja adalah salah satu objek wisata unggulan yang banyak dikunjungi oleh wisatawan mancanegara. Permandian ini berada daam kawasan hutan indung yang berbukit dengan panorama alam yang indah, sejuk dan nyaman di Desa Bulue Kecamatan Marioriawa sekitar 44 Km sebelah Utara Kota Watansoppeng atau sekitar 14 Km dari ibu Kota Kecamatan Marioriawa.

Air panas Lejja mempunyai suhu 600 derajat celcius dengan kadar belerang 1,5% yang dapat menyembuhkan penyakit reumatik, rasa gatal dan sebagai tempat terapi. Objek wisata ini, dilengkapi sarana prasarana yang memadai seperti air bersih, listrik, area parker, jalan beraspal, guest house, kolam berendam, lapangan tenis, dan baruga wisata untuk pertemuan dengan daya tamping 300 orang.

B. Gambaran Umum Responden

Periode pengumpulan data dilakukan 1 bulan pada bulan juni. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 99 responden. Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan Convenience Sampling. Sampel dikenakan pada individu yang ditemui saja. Dari data yang terkumpul dapat dianalisa secara regresi.

C. Profil Responden Berdasarkan Umur

Umur seseorang dapat mencerminkan kemampuan dan kondisi seseorang secara fisik, yang memungkinkan terjadinya pertimbangan dalam berwisata. Berdasarkan golongan umur pengunjung objek wisata Permandian Alam Lejja sangat bervariasi, hal ini diwujudkan melalui beragamnya usia responden yang datang ke objek wisata Permandian Alam Lejja, seperti yang terlihat pada Tabel 4.1 sebagian besar responden yang mengunjungi objek wisata Permandian Alam

Lejja adalah responden pada umur 12-17 tahun sebesar 18 persen, umur 18-23 tahun sebesar 70 persen, umur 24-29 tahun sebesar 8 persen dan umur 30-35 tahun sebesar 3 persen. Hal ini dapat di simpulkan bahwa sebagian besar responden yang mengunjungi objek wisata Permandian Alam Lejja adalah pelajar atau mahasiswa.

Table 4.1
Distribusi Responden Berdasarkan Umur

Umur (tahun)	Jumlah pengunjung (orang)	Persentase (%)
12-17	16	16
18-23	72	72
24-29	8	8
30-35	3	3
Jumah	99	100

Sumber: data primer, diolah

D. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden berdasarkan jenis kelamin memiliki jumlah yang mendekati seimbang antara laki-laki dan perempuan yaitu 52 orang (52 persen) laki-laki dan 48orang (48 persen) perempuan, seperti yang terlihat pada Tabel 4.2. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan wisata merupakan kebutuhan semua orang tanpa membedakan jenis kelamin.

Tabel 4.2
Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah pengunjung (orang)	Persentase (%)
Laki-Laki	51	52
Perempuan	48	48
Jumah	99	100

Sumber: data primer, diolah.

E. Profil Responden Berdasarkan Asal Daerah

Dari 99 orang yang diteliti yang mengunjungi objek wisata permandian Air Panas Lejja berasal dari berbagai daerah di wilayah kabupaten Soppeng seperti

Desa Baubue, Desa Dare Ajue, Desa Cinnong, Desa Panincong, Desa Padali dan Desa Batu-Batu.

F. Deskripsi Variabel

1. Deskriptif Sarana Prasarana

Hasil deskriptif sarana prasarana dari 18 item pertanyaan diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Tentang Tingkat Sarana Prasarana

No	Interval Nilai Kelas	Frekuensi	Persentase %	Kategori
1	73 – 90	33	33,33	Sangat Tinggi
2	55 – 72	60	60,60	Tinggi
3	37 – 54	6	6,06	Rendah
4	18 – 36	0	0,00	Sangat Rendah
Total		99	100	

Sumber : Hasil Olah Angket, 2019

Berdasarkan Tabel 4.3, menunjukkan bahwa tingkat sarana prasarana berada pada kategori tinggi sebesar 60,60 persen yang ditunjang oleh aksesibilitas, alat transportasi, fasilitas umum serta fasilitas pendukung.

Untuk mengetahui tingkat sarana prasarana pariwisata guna memudahkan pembaca dalam memahami hasil penelitian mengenai gambaran berdasarkan sarana prasarana perindikator dalam bentuk tabel sebagai berikut:

a. Aksesibilitas

Hasil deskriptif aksesibilitas dari 7 item pertanyaan diperoleh sebagai berikut :

Tabel 4.4 Distribusi frekuensi Tentang Tingkat Aksesibilitas

No	Interval Nilai Kelas	Frekuensi	Persentase %	Kategori
1	29 – 35	38	38,38	Sangat Tinggi
2	22 - 28	55	55,55	Tinggi
3	15 – 21	6	6,06	Rendah
4	7 - 14	0	0,00	Sangat Rendah
Total		99	100	

Sumber: Hasil Olah Data Angket, 2019

Berdasarkan Tabel 4.4, menunjukkan bahwa tingkat Aksesibilitas berada pada kategori tinggi sebesar 55,55 persen. Dilihat dari kondisi jalan di objek Wisata Lejja sangat lancar, kualitas jalan yang baik, petunjuk jalan yang tersedia, waktu tempuh yang efektif, biaya yang dikeluarkan relative murah, transportasi yang lancar, adanya kemudahan akses yang lancar.

b. Alat Transportasi

Hasil deskriptif alat transportasi dari 2 item pertanyaan diperoleh sebagai berikut :

Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Tentang Tingkat Alat Transportasi

No	Interval Nilai Kelas	Frekuensi	Persentase %	Kategori
1	9 - 10	14	14,14	Sangat Tinggi
2	7 - 8	68	68,68	Tinggi
3	5 - 6	17	17,17	Rendah
4	2 - 4	0	0,00	Sangat Rendah
Total		99	100	

Sumber : Hasil Olah Data Angket, 2019

Berdasarkan tabel 4.5, menunjukkan bahwa tingkat Alat Transportasi berada pada kategori tinggi sebesar 68,68 persen. Dilihat dari angkutan umum menuju objek Wisata Permandian Air Panas Lejja tersedia setiap saat, pada

umumnya wisatawan menggunakan alat transportasi pribadi menuju Objek Wisata Lejja.

c. Fasilitas Umum

Hasil deskriptif alat transportasi dari 3 item pertanyaan diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Tentang Tingkat Fasilitas Umum

No	Interval Nilai Kelas	Frekuensi	Persentase %	Kategori
1	13 – 15	25	25,25	Sangat Tinggi
2	10 – 12	53	53,53	Tinggi
3	7 - 9	20	20,20	Rendah
4	3 - 6	1	1,01	Sangat Rendah
Total		99	100	

Sumber: Hasil Olah Data Angket, 2019

Berdasarkan Tabel 4.6, menunjukkan bahwa tingkat Fasilitas Umum berada pada kategori tinggi sebesar 53,53 persen. Dilihat dari tersedianya tempat parkir yang mudah dan luas, tersedianya toilet umum, ruang ganti pakaian yang layak, tersedianya tempat ibadah yang nyaman.

d. Fasilitas Pendukung

Hasil deskriptif fasilitas pendukung dari 6 item pertanyaan diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Tentang Fasilitas Pendukung

No	Interval Nilai Kelas	Frekuensi	Persentase %	Kategori
1	25 – 30	16	16,16	Sangat Tinggi
2	19 – 42	75	75,75	Tinggi
3	13 - 18	8	8,08	Rendah
4	6 - 12	0	1,00	Sangat Rendah
Total		99	100	

Sumber: Hasil Olah Data Angket, 2019

Berdasarkan Tabel 4.7, menunjukkan bahwa tingkat fasilitas pendukung berada pada kategori tinggi sebesar 75,75 persen. Dilihat dari tersedianya fasilitas olahraga dan sarana ibadah yang layak, tersedianya penginapan yang memadai serta terjangkau oleh semua kalangan, fasilitas pemandu wisata yang senantiasa siap untuk mengantar dan memberikan penjelasan kepada para wisatawan, keamanan dan kenyamanan para wisatawan senantiasa terjaga, terdapat areal penjualan cinderamata, baik berupa barang-barang maupun makanan khas yang dibeli untuk oleh-oleh wisatawan, keramahan penduduk yang tinggal disekitar objek wisata.

2. Deskriptif Kepuasan Wisatawan

Hasil deskriptif kepuasan wisatawan dari 9 item pertanyaan diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Tentang Tingkat Kepuasan Wisatawan

No	Interval Nilai Kelas	Frekuensi	Persentase %	Kategori
1	36 – 45	27	27,27	Sangat Tinggi
2	27 – 35	67	67,67	Tinggi
3	19 - 26	5	5,05	Rendah
4	9 - 18	0	0,00	Sangat Rendah
Total		99	100	

Sumber: Hasil Olah Data Angket, 2019

Berdasarkan Tabel 4.8, menunjukkan bahwa tingkat Kepuasan Wisatawan berada pada kategori tinggi sebesar 67,67 persen yang ditunjang oleh kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasikan.

Untuk mengetahui tingkat kepuasan wisatawan dan guna memudahkan pembaca dalam memahami hasil penelitian mengenai gambaran berdasarkan kepuasan wisatawan perindikator dalam bentuk tabel sebagai berikut:

a) Deskriptif Kesesuaian Harapan

Hasil deskriptif kesesuaian harapan dari 3 item pertanyaan diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Tentang Tingkat Kesesuaian Harapan

No	Interval Nilai Kelas	Frekuensi	Persentase %	Kategori
1	13 – 15	14	14,14	Sangat Tinggi
2	10 – 12	47	47,47	Tinggi
3	7 - 9	38	38,38	Rendah
4	3 - 6	0	0,00	Sangat Rendah
Total		99	100	

Sumber: Hasil Olah Data Angket, 2019

Berdasarkan Tabel 4.9 menunjukkan bahwa tingkat Kesesuaian Harapan berada pada kategori tinggi sebesar 47,47 persen. Dilihat dari pertanyaan saya merasa puas setelah berkunjung pada objek Wisata Alam Lejja, terdapat kesesuaian antara kinerja yang diberikan pengelola objek wisata melebihi harapan pengunjung.

b) Deskriptif Minat Kunjungan Kembali

Hasil deskriptif minat kunjungan kembali dari 3 item pernyataan diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Tentang Tingkat Minat Kunjungan Kembali

No	Interval Nilai Kelas	Frekuensi	Persentase %	Kategori
1	13 – 15	10	10,10	Sangat Tinggi
2	10 – 12	66	66,66	Tinggi
3	7 - 9	23	23,23	Rendah
4	3 - 6	0	0,00	Sangat Rendah
Total		99	100	

Sumber: Hasil Olah Data Angket, 2019

Berdasarkan Tabel 4.10, menunjukkan bahwa tingkat minat kunjungan kembali berada pada kategor tinggi sebesar 66,66 persen. Dilihat dari pernyataan saya merasa dengan pelayanan yang diberikan sehingga saya akan berkunung dilain waktu, saya merasa puas dengan fasilitas yang disediakan di Objek Wisata Alam Lejja, saya merasa puas dengan kenyamanan dan kebersihan Objek Wisata Lejja.

c) Deskriptif Kesiediaan Merekomendasikan

Hasil deskriptif kesiediaan merekomendasikan dari 3 item pertanyaan diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Tentang Tingkat Kesiediaan Merekomendasikan

No	Interval Nilai Kelas	Frekuensi	Persentase %	Kategori
1	13 – 15	17	17,17	Sangat Tinggi
2	10 – 12	73	73,73	Tinggi
3	7 - 9	9	9,09	Rendah
4	3 - 6	0	0,00	Sangat Rendah
Total		99	100	

Sumber: Hasil Olah Data Angket, 2019

Berdasarkan tabel 4.11, menunjukkan bahwa tingkat Kesiediaan Merekomendasikan berada pada kategori tinggi sebesar 73,73 persen. Dilihat dari pernyataan saya mengajak keluarga berkunjung ke Objek Wisata Alam Lejja; saya merekomendasikan Objek Wisata Alam Lejja kepada teman-teman yang memerlukan refererensi objek wisata; meskipun ada objek wisata lain, saya tetap merekomendasikan Objek Wisata Alam Lejja baik kepada teman yang secara langsung saya kenal maupun yang tidak langsung (teman media sosial).

G. Pengujian instrument

Dalam penelitian ini, ada dua pengujian instrument yang dilakukan yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Uji validitas instrument yang diberikan kepada responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.12
Uji Validitas Variabel Sarana Prasarana(x)

Pertanyaan	Tingkat Signifikan	R _{hitung}	R _{tabel}	Status
		0,36	0,21	
		2	2	
		0,16	0,21	
		3	2	
		0,50	0,21	
		3	2	
		0,42	0,21	
		3	2	
		0,29	0,21	
		7	2	
		0,32	0,21	
1	0,000	2	2	
2	0,107	0,53	0,21	
3	0,000	0	2	
4	0,000	0,06	0,21	
5	0,003	0	2	
6	0,001	0,42	0,21	
7	0,000	9	2	
8	0,555	0,30	0,21	
9	0,000	0	2	
10	0,000	0,44	0,21	
11	0,003	1	2	
12	0,000	0,38	0,21	
13	0,000	1	2	
14	0,000	0,44	0,21	Valid
15	0,000	5	2	Valid Valid Valid Valid Valid Valid Valid
16	0,000	0,54	0,21	Valid Valid Valid Valid Valid Valid Valid
17	0,000	0	2	Valid Valid
		0,44	0,21	
		0	2	

0,50	0,21
6	2
0,40	0,21
3	2

Sumber : Hasil Olah Data Spss

Berdasarkan tabel 4.12 dapat dilihat bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,212, serta tingkat signifikan dibawah 0,05 yang berarti semua item pertanyaan mengenai variabel Sarana Prasarana dikatakan valid.

Tabel 4.13
Uji Validitas Variabel Kepuasan Wisatawan (y)

Pertanyaan	Tingkat Signifikan	R_{hitung}	R_{tabel}	Status
1	0,002	0,311	0,212	Valid
2	0,000	0,397	0,212	Valid
3	0,000	0,406	0,212	Valid
4	0,024	0,227	0,212	Valid
5	0,001	0,321	0,212	Valid
6	0,001	0,340	0,212	Valid
7	0,000	0,453	0,212	Valid
8	0,003	0,296	0,212	Valid

Sumber: Hasil Olah data Spss.

Berdasarkan tabel 4.13 dapat dilihat bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,212, serta tingkat signifikan dibawah 0,05 yang berarti semua item pertanyaan mengenai variabel Kepuasan Wisatawan dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas instrument yang diberikan kepada responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.14
Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronchbach Alpha</i>	Keterangan
Sarana Prasarana	0,896	Reliabel
Kepuasan	0,859	Reliabel

Sumber: Data diolah (2019)

H. Analisis Data

Untuk melihat seberapa besar pengaruh Sarana Prasarana Pariwisata terhadap Kepuasan Wisatawan maka digunakan analisis Statistik Inferensial dengan terlebih dahulu mengubah data ordinal hasil penelitian ke data interval dengan menggunakan metode *Method Succesfull Interval* (MSI) yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil pengolahan data ordinal ke data interval

Data Ordinal	Berubah	Data Interval
Nilai alternatif jawaban 1	Menjadi	3,702
Nilai alternatif jawaban 2	Menjadi	2,175
Nilai alternatif jawaban 3	Menjadi	2,254
Nilai alternatif jawaban 4	Menjadi	2,468
Nilai alternatif jawaban 5	Menjadi	3,327

Sumber : Hasil Olah Data (2019)

I. Analisis Statistik Inferensial

1) Uji Normalitas Data

Penguji persyaratan analisis untuk penggunaan statistik adalah yang diperoleh sekurang-kurangnya terdistribusi normal. Uji normalitas data yang dimaksudkan untuk mengetahui kenormalan data tentang Sarana Prasarana (Variabel X) terhadap Kepuasan Wisatawan (Variabel Y) sehingga dapat dilanjutkan dengan perhitungan dengan statistic parametris. Kriteria dari pengujian ini adalah dengan membandingkan Asymp. Sig. (2-tailed). Bila Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar atau sama dengan 0,05 , maka distribusi dinyatakan normal, dan apabila lebih kecil dinyatakan tidak normal. Adapun pengujian normalitas data selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.16
Uji Normalitas Colmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		SaranaPrasarana	KepuasanWisatawan
N		99	99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	58.10	30.09
	Std. Deviation	10.017	5.518
Most Extreme Differences	Absolute	.102	.128

	Positive	.064	.091
	Negative	-.102	-.128
Kolmogorov-Smirnov Z		1.012	1.276
Asymp. Sig. (2-tailed)		.257	.077

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Output Spss, data diolah

Berdasarkan tabel sarana prasarana (X) terhadap kepuasan (Y) menghasilkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,257 (x) dan 0,077 (y). Nilai tersebut selanjutnya dibandingkan dengan besarnya alpha yang digunakan yaitu sebesar 0,05. Karna nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari Alpha ($0,075 > 0,05$), maka distribusi sarana prasarana (x) terhadap kepuasan (Y) berdistribusi normal.

2) Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 4.17
Hasil Analisis Regresi Linear

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.556	2.235		2.934	.004
SaranaPrasarana	.405	.038	.735	10.685	.000

a. Dependent Variable: KepuasanWisatawan

Sumber: Output Spss, data diolah.

Untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh Sarana Prasarana Pariwisata terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Alam Lejja di Kabupaten Soppeng dapat dilakukan uji regresi linear sederhana. Berdasarkan hasil olah data SPSS 21, nilai signifikan variabel sarana prasarana terhadap kepuasan wisatawan yaitu :

- Angka konstan dari unstandadized coefficients. Dalam kasus ini nilainya sebesar 6,556. Angka ini merupakan angka konstan yang mempunyai arti bahwa jika tidak ada Sarana Prasarana (x) maka nilai Kepuasan (y) adalah sebesar 6,556
- Angka koefisien regresi. Nilainya sebesar 0,405. Angka ini mengandung arti arti bahwa setiap penambahan 1 % tingkat Sarana Prasarana (x), maka Kepuasan Wisatawan (y) akan meningkat sebesar 0,405.

Karena nilai koefisien regresi bernilai positif maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa Sarana Prasarana (x) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Wisatawan (y). Sehingga persamaan regresinya adalah:

$$Y = 6,556 + 0,405X.$$

Uji hipotesis dalam analisis regresi linear sederhana :

Uji hipotesis atau uji pengaruh berfungsi untuk mengetahui apakah koefisien regresi tersebut signifikan atau tidak. Adapun hipotesisnya sebagai berikut:

- H_0 = Tidak ada pengaruh Sarana Prasarana (x) terhadap Kepuasan Wisatawan (y).
- H_1 = Ada pengaruh Sarana Prasarana (x) terhadap Kepuasan Wisatawan (y).

Sementara itu, untuk memastikan apakah koefisien regresi tersebut signifikan atau tidak kita dapat melakukan uji hipotesis ini dengan cara membandingkan nilai signifikan (sig.) dengan probabilitas 0,05 atau dengan cara lain yakni membandingkan nilai t hitung dengan t tabel.

Adapun yang menjadi dasar pengambilan keputusan dalam analisis regresi dengan melihat nilai signifikansi (Sig.) hasil output SPSS adalah:

- Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil $<$ dari probabilitas 0,05 mengandung arti bahwa ada pengaruh Sarana Prasarana (x) terhadap Kepuasan Wisatawan (y).
- Sebaliknya, jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar $>$ dari probabilitas 0,05 mengandung arti bahwa tidak ada Pengaruh Sarana Prasarana (x) terhadap Kepuasan Wisatawan (y).

Berdasarkan output diatas diketahui nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000 lebih kecil dari $<$ probabilitas 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa “Ada Pengaruh Sarana Prasarana (x) terhadap Kepuasan Wisatawan (y).

Uji Hipotesis membandingkan Nilai t hitung dengan t tabel

Pengujian hipotesis ini sering disebut juga uji t, dimana dasar pengambilan keputusan dalam uji t adalah:

- Jika nilai t hitung lebih besar $>$ dari t tabel maka ada Pengaruh Sarana Prasarana (x) terhadap Kepuasan Wisatawan (y)
- Sebaliknya, jika nilai t hitung lebih kecil $<$ dari t tabel maka tidak ada Pengaruh Sarana Prasarana (x) terhadap Kepuasan Wisatawan (y)

Uji hipotesis membandingkan nilai t hitung dengan t tabel

Berdasarkan output diatas diketahui nilai t hitung sebesar 10,685. Karena nilai t hitung sudah ditemukan, selanjutnya kita akan mencari nilai t tabel. Adapun rumus dalam mencari t tabel adalah:

$$\text{Nilai } \frac{\alpha}{2} = \frac{0,05}{2} = 0,025$$

$$\text{Derajat kebebasan (df)} = n - 2 = 99 - 2 = 97$$

Nilai 0,025 ; 97 kemudian dilihat pada distribusi nilai t tabel , maka di dapat nilai t tabel sebesar 1,988. Karena nilai t hitung sebesar 10,685 lebih besar > dari 1,988, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa “Ada Pengaruh Sarana Prasarana (x) terhadap Kepuasan Wisatawan (y)”.

Melihat besarnya Pengaruh Variabel X Terhadap Y

Untuk mengetahui besarnya pengaruh Sarana Prasarana (x) terhadap Kepuasan Wisatawan (y) dalam analisis regresi linear sederhana, kita dapat berpedoman pada nilai R Square atau R^2 yang terdapat pada output Spss pada bagian Model Summary.

Tabel 4.18
Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.735 ^a	.541	.536	3.759

a. Predictors: (Constant), SaranaPrasarana

Sumber: Output SPSS diolah, 2019

Dari output diatas diketahui nilai R Square sebesar 0,541. Nilai ini mengandung arti bahwa pengaruh Sarana Prasarana (x) terhadap Kepuasan Wisatawan (y) adalah sebesar 54,1% sedangkan 45,9% Kepuasan Wisatawan dipengaruhi oleh variabel yang lain yang tidak diteliti.

Kesimpulan dari hasil uji analisis regresi linear sederhana, merujuk pada pembahasan diatas, maka dapat di simpulkan bahwa “Sarana Prasarana (x) berpengaruh negatif terhadap Kepuasan Wisatawan (y) dengan total 54,1% .

Pengaruh negatif ini bermakna semakin menurunnya kualitas Sarana Prasarana Pariwisata maka akan berpengaruh terhadap Kepuasan Wisatawan tersebut.

3) Uji t

Uji t dilakukan untuk melihat ada tidaknya pengaruh sarana prasarana terhadap kepuasan wisatawan, Uji t atau yang biasa dikenal dengan uji signifikansi terhadap masing-masing koefisien regresi untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Dari uji yang dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 19
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.145	2.345		3.900	.000
Saranaprasarana	.353	.034	.723	10.293	.000

a. Dependent Variable: kepuasan
Sumber: Data diolah 2019

Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} pada tabel diatas dengan nilai t_{tabel} dengan taraf signifikansi 5% : 2= 0,025 dan derajat kebebasan (df)= n-k = 86-3 = 83. Dengan ketentuan tersebut diperoleh t_{tabel} 1,98896. Hasil dari uji t adalah sebagai berikut:

- Variabel sarana prasarana (X) dengan koefisien regresi sebesar 0,353 menunjukkan $t_{hitung} (6,739) > t_{tabel} (1,98896)$ berpengaruh secara positif dan signifikan.

Dengan demikian, variabel sarana prasarana dan kepuasan wisatawan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata permandian air panas Lejja.

4) Uji Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui lebih lanjut ada tidaknya pengaruh signifikan dan positif antara sarana prasarana(X) terhadap kepuasan (Y) di Objek Wisata Lejja, maka diadakan uji korelasi product moment.

Tabel 4.20
Uji Korelasi

Correlations		Sarana prasarana X	Kepuasan Y
Sarana prasarana X	Pearson Correlation	1	.723**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	99	99
Kepuasan Y	Pearson Correlation	.723**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	99	99

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Output SPSS, data diolah

Berdasarkan tabel maka diperoleh korelasi antara sarana prasarana terhadap kepuasan wisatawan dengan koefisien $r=0,723$ kemudian dikonsultasikan pada tabel interpretasi nilai r berada pada interval 0,202-0,195 yang memiliki tingkat pengaruh kuat berarti terdapat pengaruh korelasi yang positif antara sarana prasarana terhadap kepuasan wisatawan.

Untuk mengetahui apakah korelasi hasil perhitungan tersebut signifikan atau tidak maka perlu diadakan pengujian koefisien korelasi dengan ketentuan apabila nilai r hitung $> r$ tabel pada sampel (N) pada taraf signifikan 5% berarti ada

pengaruh yang signifikan begitupula sebaliknya. Dengan demikian sekarang dibandingkan antara nilai r hitung sebesar 0,723 dengan nilai r tabel dengan sampel (N) berjumlah 99 orang pada taraf signifikan 5% sebesar 0,195. maka disimpulkan bahwa r hitung $>$ r tabel pada sampel (N) berjumlah 99 orang atau $0,723 > 0,195$. Hal ini berarti H_1 yang berbunyi “terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel Sarana Prasarana terhadap Kepuasan Wisatawan di objek wisata alam lejja Kabupaten Soppeng”.

5) Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R)² pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Hasil dari uji Koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.21
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.723 ^a	.522	.517	2.77060

a. Predictors: (Constant), saranaprasarana

b. Dependent Variable: kepuasan

Sumber: data diolah 2019

Dari tabel 4. diatas diperoleh koefisien determinasi sebesar 0,522 atau 52%. Artinya bahwa besarnya pengaruh variabel sarana prasarana terhadap kepuasan wisatawan sebesar 52% sedangkan 48% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Gambaran Sarana Prasarana pada Objek Wisata Alam Permandian Air Panas Lejja di Kabupaten Soppeng.

Gambaran pengaruh sarana prasarana pada objek wisata alam Permandian Air panas lejja di Kabuppaten soppeng tergolong dalam kategori baik, sebagaimana data yang diperoleh dari angket penelitian. Sarana prasarana memiliki indikator sebagai berikut:

a) Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan ukuran kemudahan lokasi untuk dijangkau dari lokasi lainnya melalui sistem transportasi, yang terdiri dari beberapa sub indikator yaitu, kondisi jalan, kualitas jalan, penunjuk jalan, waktu tempuh, biaya yang dikeluarkan, transportasi yang digunakan, kemudahan akses.

Akses menuju objek wisata lejja mempunyai kondisi jalan yang cukup baik walaupun jarak objek wisata dari jalan poros utama cukup jauh dan ekstrem (pegunungan). Namun kondisi jalanan pun terbilang cukup baik, walaupun pengunjung harus menempuh jarak sepanjang 14km untuk menuju objek wisata. Pemandangan sepanjang perjalanan pengunjung dapat menikmati hamparan sawah yang luas dan pegunungan yang indah membuat hati wisatawan sejuk dan tenang. Hal ini ditunjukkan dengan hasil analisis jawaban responden yang berada pada kategori setuju.

Akses menuju objek wisata lejja mempunyai kualitas jalan dalam keadaan baik dapat dilihat dari kualitas jalan yang tidak berlubang dan lancar. Hal ini ditunjukkan dengan hasil analisis jawaban responden berada pada kategori setuju.

Akses menuju objek wisata lejja sudah dilengkapi dengan petunjuk jalan sepanjang objek wisata guna agar wisatawan luar yang berkunjung dapat mengetahui letak objek wisata, misalnya papan jalan, petunjuk arah, serta terdapat rambu-rambu lalu lintas yang dapat memberikan informasi kepada pengunjung mengenai arah, jarak, dan letak objek wisata tersebut. Hal ini ditunjukkan dengan hasil analisis jawaban responden berada pada kategori setuju.

Waktu tempuh yang digunakan pengunjung dapat dikatakan cukup efektif karena kondisi dan kualitas jalan cukup baik yang memungkinkan pengunjung menempuh perjalanan 14km dengan waktu yang efisien dan nyaman, tergantung pada kecepatan dalam mengendarai kendaraan sehingga waktu tempuh tidak menjadi masalah apabila wisatawan ingin mengunjungi objek wisata. Hal ini dapat ditunjukkan dengan hasil analisis jawaban responden yang berada pada kategori setuju.

Biaya yang dikeluarkan untuk menjangkau objek wisata alam lejja terbilang murah, dilihat dari jenis kendaraan yang digunakan menuju objek wisata. Biaya yang dikeluarkan apabila menggunakan kendaraan umum (pete-pete dan ojek), pengunjung harus mengeluarkan biaya berkisar Rp 20.000- Rp 25.000, sedangkan apabila pengunjung menggunakan pribadi jauh lebih murah dibandingkan dengan menggunakan kendaraan umum. Hal ini dapat ditunjukkan dengan hasil analisis jawaban responden yang berada pada kategori setuju.

Transportasi yang digunakan menuju wisata lejja tergolong lancar, pada hari-hari biasa kondisi lalu lintas sangat lancar namun pada hari-hari tertentu seperti pada hari libur dan hari raya maka kondisi lalu lintas menuju objek wisata

terbilang padat yang dikarenakan banyaknya jumlah wisatan yang masing-masing membawa keluarga, teman-teman maupun pasangan untuk menikmati keindahan objek wisata alam lejja. Hal ini dapat ditunjukkan dengan hasil analisis jawaban responden yang berada pada kategori setuju.

Akses menuju objek wisata lejja terbilang mudah untuk dijangkau oleh wisatawan, dapat dilihat dari kondisi jalan yang lancar, kualitas jalan yang cukup baik, petunjuk jalan yang jelas, waktu tempuh yang efektif, biaya yang relative murah untuk mengakses objek wisata yang semakin mempermudah wisatawan untuk mengakses objek wisata tersebut. Hal ini dapat ditunjukkan dengan hasil analisis jawaban responden yang berada pada kategori setuju.

b) Alat Transportasi

Alat transportasi yang biasa digunakan wisatawan menuju objek wisata ada dua jenis yaitu transportasi umum yang terdiri dari pete-pete dan ojek, dan transportasi pribadi seperti motor dan mobil pribadi (mobil sewa) menuju objek wisata transportasi umum terbilang kurang banyak dan tidak tersedia setiap saat hanya tersedia pada waktu tertentu seperti pada hari-hari libur ketika banyak wisatawan yang akan berkunjung ke objek wisata. Hal ini dapat ditunjukkan dengan hasil analisis jawaban responden yang berada pada kategori kurang setuju.

Pada umumnya, wisatawan menggunakan alat transportasi pribadi untuk mengunjungi objek wisata alam lejja dikarenakan biaya yang relative murah, waktu tempuh yang efektif, dan lebih lancar daripada menggunakan transportasi umum sehingga membuat wisatawan lebih dominan menggunakan alat transportasi pribadi karena dapat menekan biaya dan waktu tempuh. Hal ini

ditunjukkan pada hasil analisis jawaban responden yang berada pada kategori sangat setuju.

c) Fasilitas Umum

Fasilitas umum yang terdapat pada objek wisata alam lejja hampir sama dengan objek wisata lain pada umumnya yang terdiri dari tempat parkir, toilet umum dan ruang ganti pakaian dan tempat ibadah yang dapat digunakan wisatawan ketika berkunjung di objek wisata alam lejja.

Tempat parkir yang tersedia untuk wisatawan yang berkunjung di objek wisata alam lejja cukup luas dan mudah dijangkau yang terdapat disekitar objek wisata sangat memadai untuk wisatawan yang datang terletak pada beberapa tempat, ada yang berada didepan penjual souvenir dan makanan ringan serta ada yang berada dibelakang penjual souvenir. Hal ini ditunjukkan pada hasil analisis jawaban responden yang berada pada kategori setuju.

Toilet umum dan ruang ganti pakaian yang tersedia pada objek wisata alam lejja terbilang kurang baik dikarenakan kondisi toilet yang kurang bersih, ruang ganti pakaian yang terbilang kurang layak dikarenakan pintu yang rusak, plafon yang kelihatan hampir runtuh serta jumlah toilet dan ruang ganti yang sangat terbatas, dimana wisatawan juga harus bayar untuk menggunakan fasilitas umum yang kondisinya kurang layak. Hal ini ditunjukkan pada hasil analisis jawaban responden yang berada pada kategori kurang setuju.

Tempat ibadah yang terdapat pada objek wisata alam lejja tidak spesifik seperti mesjid, gereja ataupun tempat ibadah lainnya melainkan hanya seperti ruangan biasa saja (tempat ibadah secara umum). Namun, wisatawan tetap

menggunakan tempat ibadah tersebut walaupun dengan kondisi yang seadanya. Hal ini ditunjukkan pada hasil analisis jawaban responden yang berada pada kategori kurang setuju.

d) Fasilitas pendukung

Fasilitas pendukung yang tersedia pada objek wisata alam lejja seperti fasilitas olahraga, penginapan, pemandu wisata, keamanan dan kenyamanan, penjual souvenir dan makanan, serta keramahan penduduk sekitar objek wisata.

Fasilitas olahraga yang terdapat pada objek wisata alam lejja yang tersedia diantaranya tempat jogging dan lapangan tenis. Daerah sekitar objek wisata (tangga seribu) banyak yang menggunakan sebagai tempat jogging namun fasilitas olahraga seperti lapangan tennis masih tersedia tetapi tidak difungsikan karena kondisi yang rusak dan tidak terawat sehingga kurang layak pakai. Hal ini ditunjukkan pada hasil analisis jawaban responden yang berada pada kategori kurang setuju.

Fasilitas pemandu wisata yang ada pada objek wisata alam lejja selalu siap siaga jika dibutuhkan dimana petugas yang berjaga sekaligus sebagai pemandu wisatawan yang membutuhkan informasi mengenai objek wisata dan siap mengantar berkeliling untuk memandu dan mendampingi wisatawan. Hal ini ditunjukkan pada hasil analisis jawaban responden yang berada pada kategori setuju.

Keamanan dan kenyamanan pada objek wisata alam lejja terbilang cukup diperhatikan dengan adanya petugas yang memantau dan berpatroli disekitar objek wisata membuat wisatawan merasa aman, dan dengan kondisi alam

pegunungan yang indah dan nyaman. Jika hari libur aparat polisi pun ikut dalam penjagaan keamanan objek wisata, dan yang menariknya satpam yang berjaga adalah sebagian besar masyarakat setempat sehingga juga berdampak pada perekonomian masyarakat setempat juga, maksudnya masyarakat yang tidak punya pekerjaan akan bekerja di objek wisata tersebut. Hal ini ditunjukkan pada hasil analisis jawaban responden yang berada pada kategori setuju.

Penjual cinderamata (souvenir), baik berupa barang-barang (baju kaos) ataupun makanan sebagian besar adalah warga setempat yang memanfaatkan objek wisata sebagai mata pencaharian untuk menambah penghasilan disamping mata pencaharian utamanya sebagai petani. Hal ini ditunjukkan pada hasil analisis jawaban responden yang berada pada kategori setuju.

Keramahan penduduk sekitar objek wisata alam lejja sudah terbilang baik karena dilihat dari cara mereka berinteraksi dengan wisatawan luar sehingga wisatawan yang sering bertanya akan hal-hal yang wisatawan belum kenal penduduk sekitar memberikan respon yang cukup santun sehingga selain puas akan objek wisata wisatawan juga akan senang kepada keramahan penduduk sekitar. Hal ini ditunjukkan pada hasil analisis jawaban responden yang berada pada kategori setuju.

2. Gambaran Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Permandian Alam Lejja di Kabupaten Soppeng

Gambaran pengaruh kepuasan pada objek wisata alam Permandian Air panas lejja di Kabupaten soppeng tergolong dalam kategori baik, sebagaimana

data yang diperoleh dari angket penelitian. Sarana prasarana memiliki indikator sebagai berikut:

a) Kesesuaian harapan

Kesesuaian harapan wisatawan objek wisata alam lejja merupakan hal yang sangat penting yang menjadi tujuan pengelola dan pemerintah daerah dimana wisata merupakan salah satu sumber pendapatan daerah meliputi merasa puas setelah berkunjung, Kesesuaian antara kinerja pengelola dengan harapan pengunjung diukur dari kualitas pelayanan yang diberikan.

Kepuasan wisatawan setelah berkunjung pada objek wisata alam lejja dapat dilihat dari bertambah atau berkurangnya jumlah wisatawan yang berkunjung setiap tahunnya dari data awal yang telah dikemukakan terdapat penurunan jumlah pengunjung dari tahun 2016 ke 2017, hal ini dapat dikatakan bentuk ketidakpuasan wisatawan setelah berkunjung di objek wisata alam lejja. Hal ini dapat ditunjukkan pada analisis jawaban responden yang berada pada kategori kurang setuju.

Kesesuaian kinerja pengelola dengan harapan pengunjung pada objek wisata alam lejja, ketidakpuasan yang dirasakan wisatawan setelah berkunjung pada objek wisata terjadi karena adanya ketidaksesuaian antara kinerja pengelola dengan harapan pengunjung dimana pengunjung mengharapkan perbaikan-perbaikan kinerja baik pada sarana maupun prasarana namun pengelola tidak melakukan perbaikan secara optimal sehingga tidak memberikan peningkatan kinerja. Hal ini ditunjukkan pada analisis jawaban responden yang berada pada kategori kurang setuju.

Kualitas pelayanan yang diberikan pengelola melebihi harapan pengunjung, kualitas pelayanan yang diberikan dinilai belum dapat memenuhi harapan wisatawan yang datang berkunjung ke objek wisata karena banyaknya hal-hal yang masih harus dibenahi seperti sarana prasarana, pelayanan dimana wisatawan mengharapkan peningkatan yang signifikan disetiap kunjungannya namun hal tersebut tidak terpenuhi oleh pengelola objek wisata. Hal ini ditunjukkan pada analisis jawaban responden yang berada pada kategori kurang setuju.

b) Minat Kunjungan Kembali

Minat dikategorikan sebagai dorongan untuk melakukan sesuatu, minat kunjungan kembali dapat diartikan sebagai dorongan wisatawan untuk kembali datang dan berkunjung kembali ke objek wisata alam lejja yang meliputi, merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, puas dengan fasilitas yang disediakan, puas dengan kenyamanan dan kebersihan objek wisata.

Kepuasan dengan pelayanan yang diberikan dipengaruhi oleh sarana prasarana yang memadai yang sesuai dengan harapan-harapan wisatawan yang berkunjung di objek wisata baik sarana prasarana umum maupun sarana prasarana pendukung ikut mendukung kepuasan yang dirasakan wisatawan, minimnya perbaikan fasilitas sarana prasarana yang ada membuat wisatawan merasa kurang puas sehingga minat untuk berkunjung kembali akan berkurang. Hal ini ditunjukkan pada analisis jawaban responden yang berada pada kategori kurang setuju.

Kepuasan dengan fasilitas yang disediakan di objek wisata alam lejja, peningkatan fasilitas baik fasilitas umum maupun fasilitas pendukung yang tidak sesuai dengan harapan wisatawan yang berkunjung akan mengurangi perasaan senang wisatawan sehingga hal ini akan mengurangi kepuasan yang dirasakan ketika berkunjung kembali pada objek wisata. Hal ini ditunjukkan pada analisis jawaban responden yang berada pada kategori kurang setuju.

Kepuasan dengan kenyamanan dan kebersihan objek wisata alam lejja, salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan yang berkunjung adalah kenyamanan dan kebersihan objek wisata lejja. Kepuasan yang dirasakan oleh wisatawan kurang optimal diupayakan oleh pengelola sehingga faktor tersebut membuat wisatawan kurang puas dengan kinerja pengelola objek wisata alam lejja. Hal ini ditunjukkan pada analisis jawaban responden yang berada pada kategori kurang setuju.

c) Kesiediaan Merekomendasikan

Wisatawan yang sudah mengunjungi objek wisata alam lejja merekomendasikan kepada teman-teman, kerabat, dan keluarga baik itu dari mulut ke mulut maupun dari media sosial seperti facebook, whatsapp, instagram dan lain-lainnya yang meliputi mengajak keluarga berkunjung, merekomendasikan kepada teman yang memerlukan referensi objek wisata, meskipun ada objek wisata lain tetap merekomendasikan objek wisata melalui dunia maya maupun dari mulut ke mulut.

Setiap wisatawan yang berkunjung ke objek wisata alam lejja biasanya mengajak keluarga, saudara maupun teman serta odo-odo untuk berkunjung

bersama-sama di objek wisata alam lejja untuk menikmati waktu libur maupun hari raya untuk bersantai dan menikmati waktu dengan keluarga. Hal ini ditunjukkan pada analisis jawaban responden yang berada dalam kategori setuju.

Merekomendasikan wisata lejja kepada teman yang memerlukan referensi objek wisata, wisatawan yang berdomisili atau tinggal di daerah kabupaten soppeng biasanya akan memberikan referensi untuk mengunjungi objek wisata permandian alam lejja kepada orang-orang yang membutuhkan referensi objek wisata misalnya teman, sahabat, dan keluarga. Hal ini ditunjukkan pada analisis jawaban responden yang berada dalam kategori setuju.

Meskipun ada objek wisata lain tetap merekomendasikan kepada teman melalui media sosial dan mulut kemulut. Wisatawan yang sudah berkunjung biasanya merekomendasikan objek wisata alam lejja kepada teman, sahabat dan keluarga yang belum pernah mengunjungi objek wisata tersebut. Rekomendasi ini dilakukan secara langsung (orang-orang yang dikenal) maupun tidak langsung (dunia maya). Hal ini ditunjukkan pada analisis jawaban responden yang berada dalam kategori setuju.

3. Pengaruh sarana prasarana terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata alam lejja di kabupaten soppeng

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh sarana prasarana terhadap kepuasan wisatawan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan berada pada kategori rendah antara sarana prasarana terhadap kepuasan wisatawan pada wisata permandian alam lejja di kabupaten soppeng. Rendahnya tingkat kepuasan wisatawan terhadap sarana prasarana maupun fasilitas umum

atau pendukung disebabkan karena kurangnya perhatian pengelola wisata maupun pemerintah terhadap kualitas dan kondisi sarana prasarana, sedangkan untuk indikator kesediaan merekomendasikan wisatawan bersedia untuk merekomendasikan objek wisata permandian alam lejja kepada teman-teman, saudara yang memerlukan referensi tempat wisata serta mengajak mereka berkunjung kembali dilain waktu.

Pengaruh sarana prasarana pariwisata terhadap kepuasan wisatawan memiliki responden sebanyak 99 orang dimana 51% responden berjenis kelamin laki-laki dan 48% responden berjenis kelamin perempuan, dimana responden berasal dari berbagai daerah diwilayah Kabupaten Soppeng diantaranya yaitu Desa Balubue, Desa Dare Ajue, Desa Cinnong, Desa Panincong, Desa Padali dan Desa Batu-Batu.

Pada indikator aksesibilitas dinilai dalam kategori baik hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang dalam kategori baik, berdasarkan indikator alat transportasi wisatawan lebih memilih untuk menggunakan kendaraan pribadi daripada kendaraan umum hal ini disebabkan karena berbagai pertimbangan seperti waktu tempuh dan biaya yang harus dikeluarkan. Pada indikator fasilitas umum dapat dikategorikan hanya tempat parkir yang berada dalam kategori baik sedangkan untuk fasilitas lainnya seperti toilet umum, ruang ganti pakaian dan tempat ibadah dikategorikan masih berada dalam kategori kurang baik hal ini seharusnya menjadi perhatian pengelola wisata dan pemerintah agar wisatawan dapat merasakan kepuasan dalam berkunjung di objek wisata tersebut. Untuk indikator fasilitas pendukung belum tersedia fasilitas olahraga yang baik, namun

fasilitas lain seperti penginapan, pemandu wisata, keamanan dan kenyamanan , areal penjualan cinderamata serta keramahan penduduk berada dalam kategori baik.

Sarana pariwisata merupakan fasilitas yang harus disediakan apabila suatu daerah wisata ingin dikembangkan. Sedangkan Prasarana merupakan prasarana umum, artinya tidak khusus digunakan hanya bagi kepentingan pariwisata. Sarana prasarana memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan wisatawan dilihat dari kualitas pelayanan suatu objek wisata. Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan wisatawan. Dengan demikian, pihak pengelola objek wisata dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memaksimalkan sarana prasarana objek wisata yang kurang memuaskan. Maka dari itu, pengelola Objek Wisata Lejja harus memberikan kualitas pelayanan sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan wisatawan. Apabila pengelola Objek Wisata Lejja memberikan kualitas pelayanan yang baik tentunya dapat dimungkinkan wisatawan merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan sehingga wisatawan menjadi loyal dan mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

Sarana prasarana dan kepuasan wisatawan merupakan satu kesatuan yang tak terpisahkan dalam suatu objek wisata, sarana prasarana yang diberikan biasanya merupakan cerminan dari kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi kualitas pelayanan biasanya juga diikuti oleh meningkatnya kepuasan pelanggan.

Adapun hasil penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini dilakukan oleh Delliana Septiani (2010) Universitas Widyatama, Kota Bandung. *Pengaruh Sarana dan Prasarana Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan Nusantara di Kota Bandung*. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara sarana dan prasarana terhadap kepuasan wisatawan. Suchaina (2014) STKIP PGRI Pasuruan. *Pengaruh Kualitas Fasilitas Sarana dan Prasarana terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung Wisata Danau Ranu Grati*. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas fasilitas sarana dan prasarana terhadap peningkatan jumlah pengunjung Wisata Danau Ranu Grati. Rosita, Sri Marhanah, Woro Hanoum Wahadi (2016) Universitas Pendidikan Indonesia. *Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta*. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: terdapat pengaruh yang signifikan antara fasilitas wisata dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta. Silzia Juniva pada tahun (2016) Universitas Negeri Padang, Kota Payakumbuh, *Pengaruh Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Objek Wisata Ngalau Indah Kota Payakumbuh*. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Terdapat pengaruh yang signifikan antara sarana wisata terhadap kepuasan pengunjung di Objek Wisata Ngalau Indah Kota Payakumbuh.

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa sarana prasarana pariwisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata permandian air panas lejja di Kabupaten Soppeng.

B. Saran

Berdasarkan dengan hasil analisis dan kesimpulan yang telah diuraikan maka adapun saran yang diberikan oleh penulis yaitu :

1. Bagi Pengelola Objek Wisata Permandian Air Panas Lejja

Seperti yang telah dijelaskan, bahwa sarana prasarana dan kepuasan merupakan faktor penting dalam keberhasilan suatu wisata untuk itu diperlukan peningkatan sarana prasarana agar kepuasan wisatawan meningkat sehingga menumbuhkan minat ingin berkunjung kembali.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan misalnya pendapatan daerah, daya tarik, dan jumlah pengunjung. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti kepuasan wisatawan, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap wisatawan, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia.

Daftar Pustaka

Anonim. *Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan terhadap Pajak Hiburan, Pajak Hotel, Pajak Restoran dan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung Tahun 2005-2012.*

- Anas Sudijono, 1995. *Pengantar Evaluasi Pendidikan*. Yogyakarta : Rajawali Pers.
- Arifin, Zainal. 2011. *Penelitian Pendidikan: Metode dan Paradigma Baru*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Asiah, Nur. 2018. *Pengaruh Pencemaran Sungai Terhadap Kehidupan Sosial Ekonomi Masyarakat Nelayan Kelurahan Anrong Appaka Kecamatan Pangkajenne Kabupaten Pangkajenne dan Kepulauan*. Skripsi, Pangkep: Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar.
- A. Muri, Yusuf. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenada Media Grup
- Basu Swastha, dan Irawan, 2003, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta, Penerbit : CV. Linda Karya.
- Budiono, G. L. 2004. *Kepuasan Wisatawan terhadap Kualitas Pelayanan Objek Wisata Gunung Bromo*. Jurnal Model Manajemen 2(1) Februari: 59-64
- Buchari Alma. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : CV.Afabeta
- DMK, Maruli. Januari 2014. *Pengertian dan Fungsi Skala Pengukuran Menurut Ahli*. Dipetik pada 09 Februari 2019, dari <http://xerma.blogspot.com/2014/01/pengertian-dan-fungsi-skala-pengukuran.html?m=1>
- Djaslim Saladin. 2004. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*. Edisi Ketiga. Bandung : CV. Linda Karya.
- Fandy Tjiptono. 2006. *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Andi
- Fandy Tjiptono. 2004. *Manajemen jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Andi Offset
- Fraenkell, Jack.R. and Norman E, Wallen. 2012. *How to design and evaluate research in education*. 8th edition. Boston: McGraw-Hill Higher Education.
- Goetsch, David L., and Davis B. Stanley. 2000. *Quality Management: Introduction to Total Quality Management for Production, Processing, and Service*. Third Edition. Prentice-Hall, Inc., New Jersey.
- Hary, Hermawan. 2017. *Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan, Dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan*. Jurnal Media Wisata, Volume 15, Nomor 1, Mei 2017, Hal. 564

Hasan, Muhammad, dan Azis, Muhammad. 2018. *Pembangunan Ekonomi & Pemberdayaan Masyarakat: Strategi Pembangunan Manusia dalam Perspektif Ekonomi Lokal*. Makassar: CV. Nur Lina Bekerjasama dengan Pustaka Taman Ilmu.

Hasyim, Hajerah, dan Hasan, Muhammad. 2017. *Strategi Pemberdayaan dan Keunggulan Bersaing Industri Kecil*, Prosiding Seminar Nasional Dies Natalis ke 56 Universitas Negeri Makassar. Makassar: Penerbit UNM.

<http://23tourism.blogspot.com/2015/01/definisi-pariwisata.html>

I Gde Pitna, I ketut Surya Diarta (2009) *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: C.V Andi Offest.

Inskeep, Edward. 1998. *Guide For Local Authorities on Developing Suisustainable Tourism*. World Tourism Organization. New York.

J.Paul Peter, James H.Donnelly, Jr. (2011). *A Preface To Marketing Management. Twelfth Edition*. New York: Mc Graw Hill.

Juliansyah Noor. 2011. *Metodologi Penelitian*, Jakarta : Prenadamedia.

Kerlinger. 2006. *Asas-asas Penelitian Behavior*. Edisi 3, Cetakan 7. Yogyakarta: Gadj Mada University Press

Kottler, Bowen, Makens. 1999. *Marketing for Hospitality and Tourism*. 2nd edition. Prentice-hall, inc. USA

Kotler, Philip & Garry Amstrong. 2010. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2 Edisi Kedua Belas. Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip, and Gary Amstrong, 2007. *Dasar-dasar Pemasaran Edisi Kesembilan Jilid 1*, PT Indeks, Jakarta.

Lehmann, J and Joseph, S. 2009. *Biochar For Environmental Management: A introduction*. Science and technology (Johannes Lehmann and Stephen Joseph, EDS.). Firs Published by Earthscan in the UK and USA in 2009. 12 pp

Munarfah, A., & Muhammad, H. 2009. *Metode Peneltian*. Jakarta: CV. Praktika Aksara Semesta.

Murphy, P.E. 1985. *Tourism a community approach*. London and New York

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A.,& Berry, L.L. 2007. *Reassessment of Expectetions as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implication for Future Research*. Journal of Marketing.

- Pendit, Nyoman S. 2006. *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita
- Philip Kotler, 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I dan II. Indeks, Jakarta.
- Purwanti, Novi Dwi. Dewi, Repno Mustika. 2014. *Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Mojokerto Tahun 2006-2013*. Jurnal ilmiah, hal. 1-12.
- Poerwanto. 2008. *Budaya Perusahaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- P. Suwardjoko, Warpani dan P. Warpani, Indira. 2007 *Pariwisata Dalam Tata Ruang Wilayah Bandung*. Bandung: Institut Teknologi Bandung
- Rahmi, Gita Dwi. 2016. *Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota dan Kabupaten Se-Provinsi Jawa barat Tahun 2009-2014*. Skripsi, Jawa Barat: Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia.
- Rambat, Lupiyoadi, dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta, Salemba Empat.
- Richardson, John and Martin Fluker. 2004. *Understanding and Managing Tourism*. Australia: Pearson Education.
- Saladin, Djaslim. 2003. *Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran*, Cetakan Ketiga, Bandung : Alfabeta.
- Sari, Devani Ariesta. 2016. *Analisis faktor-faktor yang Mempengaruhi Kesejahteraan Masyarakat d Kota Bandarlampung*. Skripsi, Bandarlampung : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
- Sedarmayanti. 2014. *Membangun dan Mengembangkan Kebudayaan dan Industri Pariwisata (Bunga Rantai Tulisan Pariwisata)*. Cetakan ke-1. Bandung : PT. Refika Aditama
- Siregar, Syofian. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: KENCANA.
- Suastika, I Gede Yoga. Yasa, I Nyoman Mahendra. *Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan, Lama Tinggal Wisatawan dan Tingkat Hunian Hotel terhadap Pendapatan Asli Daerah dan Kesejahteraan Masyarakat pada Kabupaten/Kota di Provinsi Bali*. E-Jurnal EP Unud, Vol. 6, No. 7, Hal. 1332-1363.

- Suchaina. *Pengaruh Kualitas Fasilitas Sarana Dan Prasarana Terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung Wisata Danau Ranu Grati*. Jurnal Psikologi September 2014, Vol. II, No. 2, Hal. 94-96
- Sugiono. 2017. *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Cetakan ke-26. Bandung: Alfabeta.
- Suharto. 2016. *Dengan, Hubungannya Destinasi, Citra Kasus, Studi Loka, Gembira*. Jurnal Media Wisata, 14 (1), 287-304
- Sunarto. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE-UST
- Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategi*. Yogyakarta. Fandy
- Warda, Az Zuhtratun. 2018. *Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Sektor Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 6, No. 1, Hal. 150-163
- Warpani, Suwardjoko P & Indira P Warpani. 2007. *Pariwisata dalam Tata Ruang Wilayah*. Bandung: ITB.
- Wulandari, Ni Komansri. Triandaru, Sigit. *Peran Sektor Pariwisata dalam Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Tabanan Tahun 1990-2014*.
- Wyckof. 2002. *Prinsip Pemasaran*. Edisi ke-7 jilid 1. Erlangga Jakarta.
- Yumsina, Siti. 2017. *Pengaruh Jumlah Wisatawan terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Pandeglang Tahun 2005-2015*. Skripsi, Pandeglang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
- Yusuf, Muri A. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Cetakan ke-1. Jakarta: Prenada Media Group.
- Yoetti, Oka A. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa
- Zaenal Arifin, *Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Osdakarya.
- Zainal, H., Parinsi, K.W., Hasan, M., Said, F., and Akib, H. (2018). The influence of strategic assets and market orientation to the performance of family business in Makassar City, Indonesia. *Academy of Strategic Management Journal*, 17 (6).

L A M P I R A N



SRN CO0003240

PEMERINTAH KABUPATEN SOPPENG
DINAS PENANAMAN MODAL & PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl. Salotungo No. 2 Tlp. 0484 - 23743 Watansoppeng 90812

IZIN PENELITIAN

Nomor : 169/IP/DPM-PTSP/V/2019

DASAR 1. Surat Permohonan **MARIANTI** Tanggal **28-05-2019**
2. Rekomendasi dari **BAPPELITBANGDA**
Nomor **169/IP/REK-T.TEKNIS/BAP/V/2019** Tanggal **29-05-2019**

MENGIZINKAN

KEPADA
NAMA : **MARIANTI**
UNIVERSITAS/ : **UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR**
LEMBAGA
Jurusan : **PENDIDIKAN EKONOMI**
ALAMAT : **BALUBUE DESA TOTONG**
UNTUK : melaksanakan Penelitian dalam Kabupaten Soppeng dengan keterangan sebagai berikut :
JUDUL PENELITIAN : **PENGARUH SARANA PRASARANA PARIWISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN PADA OBJEK WISATA PERMANDIAN AIR PANAS LEJJA DI KABUPATEN SOPPENG**
LOKASI PENELITIAN : **OBJEK WISATA PERMANDIAN AIR PANAS LEJJA DI KABUPATEN SOPPENG**
JENIS PENELITIAN : **KUANTITATIF**
LAMA PENELITIAN : **16 Mei 2019 s.d 10 Juli 2019**
a. Izin Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
b. Izin ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Ditetapkan di : Watansoppeng

Pada Tanggal : 29-05-2019

an. BUPATI SOPPENG

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN SOPPENG



FIRMAN, SP, MM

Pangkat : **PEMBINA TK. I**

NIP : **19621012 198603 1 027**

Biaya : Rp. 0,00



PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
BIDANG PENYELENGGARAAN PELAYANAN PERIZINAN

Nomor : 16122/S.01/PTSP/2019
Lampiran :
Perihal : **Izin Penelitian**

Kepada Yth.
Bupati Soppeng

di-
Tempat

Berdasarkan surat Pembantu Dekan Bid. Akademik Fak. Ekonomi UNM Makassar Nomor : 3282/UN36.22/PL/2019 tanggal 15 Mei 2019 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

Nama : **MARIANTI**
Nomor Pokok : 1594040028
Program Studi : Pend. Ekonomi
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa(S1)
Alamat : Jl. AP. Pettarani Makassar

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka penyusunan Skripsi, dengan judul :

" PENGARUH SARANA PRASARAN PARIWISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN PADA OBJEK WISATA PERMANDIAN AIR PANAS LEJJA DI KABUPATEN SOPPENG "

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **16 Mei s/d 16 Juli 2019**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami **menyetujui** kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
Pada tanggal : 16 Mei 2019

A.n. GUBERNUR SULAWESI SELATAN
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU
PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN
Selaku Administrator Pelayanan Perizinan Terpadu

A. M. YAMIN, SE., MS.

Pangkat : Pembina Utama Madya
Nip : 19610513 199002 1 002

Tembusan Yth
1. Pembantu Dekan Bid. Akademik Fak. Ekonomi UNM Makassar di Makassar;
2. Peringgal.

SIMAP PTSP 16-05-2019



Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936
Website : <http://simap.sulselprov.go.id> Email : ptsp@sulselprov.go.id
Makassar 90222





KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Kampus Gunungsari Baru-Makassar Telepon 0411-889464 Fax. 0411-887406

Nomor : 3282/UN36.22/PL/2019
Lampiran : 1 Proposal
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada Yth.
Gubernur Provinsi Sulawesi Selatan
Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP Prov. Sulsel
di
Tempat

Dengan hormat,
Dimohon dengan kiranya kepada mahasiswa yang tersebut namanya dibawah ini, dapat diberikan izin mengadakan penelitian untuk keperluan penelitian data dalam rangka penulisan skripsi:

Nama : MARIANTI
NIM : 1594040028
Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Dosen Pembimbing :
1. **Dr. H. Thamrin Tahir, M.Si**
2. **Muhammad Dinar, S.E., MS**

Masalah yang diteliti :
"PENGARUH SARANA PRASARANA PARIWISATA TERHADAP KEPUASAN
WISATAWAN PADA OBJEK WISATA PERMANDIAN AIR PANAS LEJJA DI
KABUPATEN SOPPENG"

Atas bantuan dan kerjasama Bapak kami ucapkan terima kasih.

Makassar, 15 Mei 2019
Wakil Dekan Bidang Akademik



Prof. Dr. H. Thamrin Tahir, M.Si.
NIP. 19620111 198702 1 001



PEMERINTAH KABUPATEN SOPPENG
DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA

KANTOR GABUNGAN DINAS SKPD LANTAI II WATANSOPPENG

SURAT KETERANGAN

Nomor : 432/ 286 /Budpar/VII/2018

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : H. ANDI UNRU MAPPAJANCI, SH
Jabatan : Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
NIP. : 196020423 198803 1 003

Dengan ini merangkan bahwa :

Nama : MARIANTI
Universitas : Universitas Negeri Makassar
Jurusan : Pendidikan Ekonomi
Program Studi : S. 1

Benar telah melakukan penelitian mulai dari tanggal 16 Mei s.d 30 Juni 2019 pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Soppeng untuk menyusun skripsi dengan judul “**PENGARUH SARANA PRASARANA PARIWISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN PADA OBJEK WISATA PERMANDIAN AIR PANAS LEJJA DI KABUPATEN SOPPENG**”.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Watnsoppeng, 1 Juli 2019

KEPALA DINAS
KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA
KABUPATEN SOPPENG



H. ANDI UNRU MAPPAJANCI, SH

Pangkat : Pembina Utama Muda
NIP. : 19600423 198803 1 003



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR

FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jl. Raya Pendidikan – Makassar Telepon. 0411-889464, 881244. Fax. 0411-887604
Laman: www.unm.ac.id/fakultas-ekonomi.html

KEPUTUSAN DEKAN

FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
NOMOR : 7950/UN36.22/KM/2019

T E N T A N G

PENGANGKATAN PEMBIMBING
BAGI MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
TAHUN 2019

Menimbang : Usulan Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi dan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar dengan nomor surat 7950/UN36.22/KM/2019 pada tanggal 12 Februari 2019 tentang Usulan Penerbitan SK Pembimbingan.

1. Bahwa dalam rangka kelancaran penyelesaian studi untuk penulisan Skripsi bagi mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi, maka dipandang perlu menetapkan Pembimbing.
2. Bahwa untuk maksud tersebut di atas, maka dipandang perlu menerbitkan surat keputusannya;

Mengingat : 1. Keputusan Dirjen Dikti No. 132/DIKTI/Kep/1997;
2. Keputusan Rektor UNM No. 583/H36/KP/2010;
3. Keputusan Rapat Pimpinan Fakultas dan Ketua Prodi tanggal 20 Agustus 2018

MEMUTUSKAN

Menetapkan : Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar
Pertama : Menunjuk sebagai pembimbing Skripsi Saudara(i) **Marianti, NIM 1594040028**, Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar dengan Judul Skripsi **Pengaruh Sarana Prasarana Pariwisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Wisata Alam Permandian Air Panas Lejja Di Kabupaten Soppeng**, dibimbing oleh :

1. Dr. H. Thamrin Tahir, M.Si
2. Muhammad Dinar, S.E., M.S.

Kedua : Jika selama maksimal enam bulan tidak ada komunikasi/interaksi akademik antara mahasiswa dengan Tim Pembimbingnya, maka Surat Keputusan ini batal dengan sendirinya.

Ketiga : Segala biaya yang dikeluarkan sehubungan dengan keputusan ini dibebankan pada anggaran yang tersedia pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.

Keempat : Surat Keputusan ini berlaku pada tanggal ditetapkan, sampai dengan selesainya ujian tutup yang bersangkutan, dengan ketentuan apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam Surat Keputusan ini, akan diperbaiki sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Makassar
Pada Tanggal : 8 Maret 2019
a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,


Dr. H. Thamrin Tahir, M.Si
NIP. 196201111987021001

Tembusan:
1. Rektor UNM
2. Ketua Prodi FE UNM
3. Mahasiswa/i ybs.



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI

Jl. A.P. Pettarani Kampus UNM Gunungsari Baru Makassar Telp. 889464

Makassar, 6 Agustus 2019

Nomor : 5162/UN.36.7/KM/2019
Lamp. : -
Hal : Usulan Ujian Skripsi

Kepada
Yth. Bapak Dekan
Fakultas Ekonomi UNM
Di-
Makassar

Setelah memiliki semua persyaratan administrasi dan akademik serta dengan persetujuan Dosen Pembimbing, maka mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi S1 berikut:

Nama : **Marianti**
NIM : 1594040028
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Judul : "Pengaruh Sarana Prasarana Pariwisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Permandian Air Panas Lejja Di Kabupaten Soppeng".

Diusulkan Ujian Skripsi mahasiswa tersebut pada :

Hari/ Tanggal : Selasa, 6 Agustus 2019
Pukul : 14:00 WITA
Tempat : Ruang Ujian Seminar Pendidikan Ekonomi

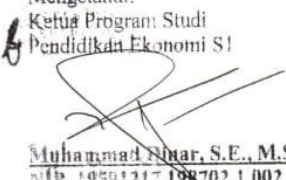
Dengan susunan panitia ujian skripsi sebagai berikut :

Ketua : Dr. H. Muhammad Azis, M.Si
Wakil Ketua : Sahade, S.Pd., M.Pd
Sekretaris : Dr. Mustari, S.E., M.Si
Pembimbing I : Prof. Dr. H. Thamrin Tahir, M.Si
Pembimbing II : Muhammad Dinar, S.E., M.S
Penguji I : Muhammad Hasan, S.Pd., M.Pd
Penguji II : Muh. Ihsan Sald, S.E., M.Si

Demikian penyampaian kami, atas perhatiannya kami haturkan banyak terima kasih.

Mengetahui,

Ketua Program Studi
Pendidikan Ekonomi S1


Muhammad Dinar, S.E., M.S
NIP. 195912171987021002

Dicetak 02-Aug-19 3:18 PM | Utami Ransat | Tata Usaha Fakultas Ekonomi UNM



KEMENTERIAN RI, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI

Jl. A.P. Pettarani Kampus UNM Gunungsari Baru Makassar Telp. 889464

SURAT KEPUTUSAN
Nomor : 5163/UN36.7/KM/2019

DEKAN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR

- Membacakan : Surat Keputusan Program Studi Pendidikan Ekonomi
Nomor : 5163/UN36.7/KM/2019
- Mengingat : 1. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003
2. Peraturan Pemerintah Nomor 60 Tahun 1999
3. Keputusan Presiden Nomor 93 Tahun 1999
4. Keputusan Mendikbud Nomor 277/O/Tahun 1999
5. Keputusan Mendiknas Nomor 025/O/Tahun 2002
6. Keputusan Rektor UNM Nomor 1073/PP/2010
7. Keputusan Kemendikbud Nomor 48 Tahun 2011
8. Keputusan Rektor UNM Nomor 05/ UN 36/ KP/ 2012

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : Dosen yang tersebut namanya di bawah ini sebagai Panitia Ujian Skripsi Mahasiswa :
- | | |
|---------------|---|
| Nama | : Marlanti |
| Stambuk | : 1594040028 |
| Program Studi | : Pendidikan Ekonomi |
| Fakultas | : Ekonomi |
| Judul Skripsi | : Pengaruh Sarana Prasarana Pariwisata Terhadap Keputusan Wisatawan Pada Objek Wisata Permandian Air Panas Lejja Di Kabupaten Soppeng |

Dengan susunan panitia ujian sebagai berikut:

- | | |
|----------------|------------------------------------|
| 1. Ketua | : Dr. H. Muhammad Azis, M.Si |
| 2. Wakil Ketua | : Sahade, S.Pd., M.Pd |
| 3. Sekretaris | : Dr. Mustari, S.E., M.Si |
| 4. Anggota | |
| Pembimbing I | : Prof. Dr. H. Thamrin Tahir, M.Si |
| Pembimbing II | : Muhammad Dinar, S.E., M.S |
| Penguji I | : Muhammad Hasan, S.Pd., M.Pd |
| Penguji II | : Muh. Ihsan Said, S.E., M.Si |

Panitia Ujian Skripsi bertugas memeriksa dan menilai skripsi mahasiswa tersebut sesuai dengan peraturan dan pedoman penilaian.

Ditetapkan di : Makassar
Pada Tanggal : 6 Agustus 2019

A.n Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik
Prof. Dr. H. Thamrin Tahir, M.Si
NIDN 19620144-1987021001

(Berak. 2, August 2019 15:00:05) / 1 tamir Baran / Foto Ujaha Fakultas Ekonomi UNM

RIWAYAT HIDUP



Marianti , dilahirkan pada tanggal 12 Mei 1997 di Balubue kecamatan Donri-donri, Kabupaten Soppeng, Sulawesi Selatan. Penulis merupakan Putri kedua dari pasangan Marsuki dan Hj. Atirah. Penulis memulai Pendidikan Dasar di SDN 242 Balubue pada tahun 2003-2009. Selanjutnya,

Penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 2 Marioriawa pada tahun 2009-20012. Lalu, melanjutkan pendidikan tingkat Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Donri-Donri pada tahun 2012-2015. Ditahun yang sama penulis lulus di Universitas Negeri Makassar melalui jalur SNMPTN pada Fakultas Ekonomi (FE) Prodi Pendidikan Ekonomi S1.